



Pemberdayaan Ekonomi melalui Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Masjid di Kabupaten Bogor

Irwan Kurniawan ^{1*}

^{1*} Program Studi S1Kewirausahaan, FEB Universitas IPWIJA, Indonesia

*Corresponding Author, E-mail: irwanibrahim306@gmail.com

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan menganalisis model pemberdayaan ekonomi melalui pengembangan kewirausahaan berbasis masjid di Kabupaten Bogor. Masjid dipandang bukan hanya sebagai ruang ibadah, tetapi juga sebagai simpul sosial yang memiliki modal komunitas, jaringan kepercayaan, sumber daya filantropi, dan kedekatan dengan pelaku usaha mikro. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi dokumen dan analisis data sekunder. Kabupaten Bogor memiliki ekosistem ekonomi masyarakat yang besar dan beragam, dengan ribuan masjid dan musala terdaftar di wilayah tersebut. Kondisi ini menunjukkan adanya basis kelembagaan yang potensial untuk mengembangkan kewirausahaan komunitas. Hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan kewirausahaan berbasis masjid perlu dilakukan melalui lima komponen yang saling terhubung, yaitu pemetaan potensi jamaah, peningkatan kompetensi usaha, akses pembiayaan yang sesuai ketentuan, digitalisasi pemasaran, serta pembentukan jejaring pasar dan kemitraan. Model yang ditawarkan adalah Masjid Entrepreneurship Empowerment Model (MEEM), dengan masjid sebagai pusat fasilitas, bukan sebagai pelaku bisnis komersial secara langsung. Keberhasilan model ditentukan oleh tata kelola transparan, pemisahan dana ibadah dan dana usaha, pendampingan berkelanjutan, pengukuran kinerja, serta kolaborasi dengan pemerintah daerah, BAZNAS/LAZ, perguruan tinggi, perbankan atau lembaga keuangan, dunia usaha, dan komunitas. Penelitian menyimpulkan bahwa masjid dapat menjadi simpul penguatan ekonomi jamaah apabila fungsi sosial-keagamaannya diintegrasikan dengan pemberdayaan ekonomi secara profesional, akuntabel, inklusif, dan berkelanjutan.

Keywords:

*Pemberdayaan ekonomi,
Kewirausahaan,
Masjid,
UMKM*

1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan ekonomi masyarakat merupakan bagian penting dari agenda pembangunan yang tidak cukup diselesaikan hanya melalui bantuan sosial. Bantuan yang bersifat konsumtif diperlukan dalam kondisi tertentu, tetapi peningkatan kemandirian ekonomi membutuhkan intervensi yang mampu memperkuat kapasitas individu, keluarga, dan komunitas. Dalam konteks masyarakat muslim, masjid memiliki posisi strategis karena keberadaannya dekat dengan kehidupan sehari-hari jamaah. Masjid mempunyai jaringan sosial yang relatif kuat, relasi kepercayaan yang terbentuk secara terus-menerus, serta kemampuan mengorganisasi kegiatan sosial. Potensi tersebut dapat dikembangkan menjadi fondasi kewirausahaan sosial dan pemberdayaan ekonomi tanpa menggeser fungsi utama masjid sebagai tempat ibadah.

Kabupaten Bogor merupakan wilayah dengan jumlah penduduk besar, struktur ekonomi yang beragam, serta aktivitas usaha mikro yang tersebar di berbagai kecamatan. Kantor Wilayah Kementerian Agama Jawa Barat pernah mempublikasikan informasi bahwa jumlah masjid dan musala terdaftar di Kabupaten Bogor mencapai 5.451 masjid. Angka tersebut memperlihatkan besarnya infrastruktur sosial-keagamaan yang dapat menjadi jaringan potensial untuk program pemberdayaan masyarakat. Data tersebut perlu dipahami sebagai data administratif pada saat publikasi dan tidak otomatis berarti seluruh masjid siap menjalankan kegiatan ekonomi. Namun, secara kelembagaan, jumlah tersebut memberikan gambaran mengenai skala jaringan yang dapat menjadi basis program jika dilakukan pemetaan dan penguatan kapasitas terlebih dahulu. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan ekonomi di tingkat komunitas memiliki ruang yang luas untuk dikembangkan. (BPS Kabupaten Bogor, 2026).

Landasan kebijakan juga semakin memberikan ruang bagi penguatan ekonomi umat. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengatur UMKM dan tetap tercatat berlaku, dengan perkembangan kebijakan yang mengikutinya. Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 mengatur kemudahan, perlindungan, dan pemberdayaan koperasi serta UMKM. Dengan demikian, pemberdayaan jamaah yang menjalankan usaha mikro dapat ditempatkan dalam kerangka penguatan kapasitas usaha, legalitas, akses pasar, pembiayaan, dan perlindungan usaha. Dalam ekosistem zakat, Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 menjadi dasar pengelolaan zakat. Perkembangan regulasi terbaru juga relevan, khususnya Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2025 tentang Pendayagunaan Zakat untuk Usaha Produktif. Regulasi tersebut memberikan kerangka pendayagunaan zakat untuk usaha produktif dengan penekanan pada ketertiban, perencanaan, pengendalian, dan pelaporan. Oleh karena itu, program ekonomi jamaah yang melibatkan dana zakat harus memperhatikan ketentuan zakat dan tidak boleh mencampurkan dana zakat dengan dana operasional masjid secara sembarangan.

Kementerian Agama juga menempatkan pemberdayaan ekonomi umat dan pemberdayaan rumah ibadah sebagai bagian dari arah kebijakan. Peraturan Menteri Agama Nomor 17 Tahun 2025 antara lain memuat strategi optimalisasi dana sosial keagamaan untuk pengembangan ekonomi umat, pengembangan rumah ibadah sebagai pusat ekonomi umat, penguatan kapasitas lembaga filantropi, dan kolaborasi dengan pemerintah daerah, dunia usaha, serta organisasi sosial-keagamaan.

Masalahnya, banyak program ekonomi berbasis komunitas berhenti pada kegiatan pelatihan satu kali. Pelatihan tanpa pendampingan, akses pasar, penguatan legalitas, dan pembiayaan produktif cenderung menghasilkan dampak yang terbatas. Oleh karena itu, diperlukan model yang memandang kewirausahaan sebagai ekosistem. Jamaah tidak cukup hanya diajarkan membuat produk, tetapi perlu dibantu mengidentifikasi kebutuhan pasar,

menghitung biaya, menentukan harga, mengelola arus kas, membangun merek, memanfaatkan kanal digital, dan membangun hubungan bisnis.

Penelitian ini memfokuskan perhatian pada bagaimana masjid di Kabupaten Bogor dapat menjadi simpul pemberdayaan ekonomi jamaah. Fokus tersebut tidak berarti menjadikan masjid sebagai perusahaan atau pusat perdagangan semata. Sebaliknya, masjid diposisikan sebagai fasilitator yang menghubungkan jamaah dengan sumber daya, pengetahuan, pasar, lembaga keuangan, pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga zakat. Pendekatan ini penting agar orientasi spiritual, sosial, dan ekonomi dapat berjalan secara proporsional.

Pertanyaan penelitian dirumuskan sebagai berikut: (1) bagaimana potensi masjid dan jamaah dapat dikembangkan sebagai basis kewirausahaan di Kabupaten Bogor; (2) faktor apa saja yang menjadi penghambat dan pendukung pemberdayaan ekonomi jamaah; dan (3) model pemberdayaan seperti apa yang paling realistis diterapkan dengan memperhatikan tata kelola masjid, regulasi UMKM, dan ketentuan dana sosial keagamaan. Tujuan penelitian adalah menganalisis potensi dan tantangan pengembangan kewirausahaan berbasis masjid, merumuskan komponen pemberdayaan ekonomi jamaah, dan menghasilkan model konseptual yang dapat digunakan oleh pengurus masjid, pemerintah daerah, lembaga zakat, perguruan tinggi, serta mitra dunia usaha.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pemberdayaan Ekonomi

Pemberdayaan ekonomi pada dasarnya adalah proses meningkatkan kemampuan masyarakat untuk mengendalikan sumber daya dan mengambil keputusan ekonomi yang memengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan berbeda dari pemberian bantuan karena titik beratnya berada pada peningkatan kapasitas dan kemandirian. Dalam praktiknya, pemberdayaan meliputi peningkatan pengetahuan, keterampilan, akses sumber daya, akses pasar, kemampuan organisasi, dan posisi tawar.

Dalam komunitas jamaah, pemberdayaan memiliki karakter khusus karena hubungan sosial tidak hanya dibangun melalui transaksi ekonomi, tetapi juga melalui nilai kepercayaan, solidaritas, dan kepedulian. Modal sosial semacam ini dapat menurunkan biaya koordinasi dan memudahkan pembentukan kelompok usaha. Namun, modal sosial tidak boleh menggantikan prinsip profesionalitas. Pengelolaan dana, pembagian keuntungan, pemilihan penerima manfaat, dan hubungan bisnis tetap memerlukan prosedur yang transparan.

2.2 Kewirausahaan Berbasis Komunitas

Kewirausahaan berbasis komunitas menggabungkan orientasi ekonomi dengan tujuan sosial. Keberhasilan tidak hanya diukur dari laba, tetapi juga dari peningkatan pendapatan anggota, penciptaan lapangan kerja, keberlanjutan usaha, dan kemampuan komunitas mengatasi persoalan ekonomi. Dalam konteks masjid, kewirausahaan berbasis komunitas dapat berupa inkubasi UMKM jamaah, koperasi atau unit usaha yang sesuai dengan ketentuan, pasar jamaah, pelatihan digital, pengembangan produk lokal, dan kemitraan rantai pasok.

Pendekatan ini relevan bagi Kabupaten Bogor karena pelaku usaha mikro tersebar dalam berbagai sektor. Produk makanan, minuman, fesyen muslim, jasa, kerajinan, pertanian, peternakan, perdagangan, serta ekonomi kreatif dapat menjadi ruang eksperimen. Masjid dapat membantu mengorganisasi permintaan dan penawaran melalui jaringan jamaah, tetapi perlu menghindari praktik monopoli atau kewajiban membeli dari usaha tertentu.

2.3 Masjid sebagai Modal Sosial

Masjid mempunyai tiga kekuatan yang relevan bagi pemberdayaan ekonomi. Pertama, frekuensi interaksi jamaah relatif tinggi sehingga komunikasi program lebih mudah dilakukan. Kedua, terdapat kepemimpinan komunitas melalui pengurus, takmir, remaja masjid, majelis taklim, dan kelompok sosial. Ketiga, masjid dapat menjadi ruang netral untuk mempertemukan pelaku usaha, calon pelanggan, relawan, dan mitra.

Akan tetapi, tidak semua masjid mempunyai kapasitas organisasi yang sama. Sebagian memiliki administrasi yang baik, sementara yang lain masih mengandalkan pengelolaan informal. Karena itu, intervensi ekonomi perlu diawali dengan asesmen kelembagaan. Masjid yang belum siap tidak perlu dipaksakan menjalankan unit usaha. Program dapat dimulai dari kegiatan sederhana seperti pendataan UMKM jamaah, bazar berkala, kelas bisnis, atau kanal promosi bersama.

2.4 Dana Sosial Keagamaan dan Usaha Produktif

Zakat, infak, sedekah, dan wakaf memiliki karakter hukum dan tata kelola yang berbeda. Dana zakat memiliki ketentuan penerima dan pengelolaan yang lebih spesifik. Pendayagunaan zakat untuk usaha produktif harus mengikuti aturan yang berlaku dan dilakukan melalui lembaga yang berwenang. Dengan berlakunya PMA Nomor 16 Tahun 2025, aspek perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pelaporan pendayagunaan zakat produktif menjadi semakin penting.

Karena itu, model pemberdayaan tidak boleh menggunakan narasi 'dana masjid' secara generik. Sumber dana harus dipetakan: dana operasional masjid, infak/sedekah, zakat, wakaf, hibah, CSR, dan modal usaha memiliki aturan serta tujuan berbeda. Pemisahan rekening, pencatatan, otorisasi, dan pelaporan menjadi prasyarat tata kelola.

2.5 UMKM dan Kewirausahaan Digital

Digitalisasi membuka peluang bagi usaha jamaah untuk memperluas pasar tanpa harus memiliki toko fisik. Media sosial, katalog digital, marketplace, layanan pesan antar, pembayaran digital, dan perangkat analitik sederhana dapat membantu pelaku usaha meningkatkan jangkauan. Namun, digitalisasi tidak otomatis meningkatkan penjualan. Pelaku usaha tetap memerlukan produk yang layak, harga kompetitif, kualitas konsisten, kemasan, pelayanan pelanggan, dan kemampuan mengelola persediaan.

Dengan demikian, program masjidpreneur sebaiknya mengintegrasikan literasi bisnis dan literasi digital. Pelatihan dapat dibagi menjadi modul bertahap: ide usaha dan validasi pasar; penghitungan biaya dan harga; legalitas; branding; foto dan konten; pemasaran digital; pembukuan sederhana; pengelolaan pelanggan; serta evaluasi kinerja.

2.6 Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran penelitian ini menempatkan masjid sebagai platform sosial yang menghubungkan aset komunitas dengan peluang ekonomi. Aset komunitas mencakup jumlah jamaah, keterampilan, jaringan sosial, ruang, informasi, dana sosial keagamaan yang dikelola sesuai ketentuan, serta jejaring kelembagaan. Aset tersebut kemudian diproses melalui intervensi pemberdayaan untuk menghasilkan peningkatan kapasitas usaha dan kemandirian ekonomi.

Tabel 1 Kerangka Berpikir

Komponen	Masukan	Proses	Keluaran
Modal manusia	Keterampilan dan pengalaman jamaah	Pemetaan kompetensi dan pelatihan	Jamaah memiliki kompetensi usaha
Modal sosial	Kepercayaan dan jaringan	Kelompok usaha dan jejaring	Kolaborasi dan akses pasar
Modal kelembagaan	Pengurus dan struktur masjid	Tata kelola program	Program transparan dan terukur
Modal finansial	ZIS, wakaf, mitra, modal usaha	Seleksi dan pembiayaan sesuai aturan	Akses modal produktif
Modal digital	Media sosial dan perangkat digital	Pelatihan dan pendampingan	Pemasaran lebih luas
Modal pasar	Jamaah dan pasar lokal	Kurasi produk dan kemitraan	Peningkatan transaksi

Model tersebut menghasilkan hubungan sebab-akibat yang bersifat bertahap. Pelatihan meningkatkan kompetensi, tetapi kompetensi baru berpengaruh terhadap usaha apabila tersedia kesempatan praktik. Kesempatan praktik membutuhkan pasar dan modal. Pasar dan modal membutuhkan tata kelola. Tata kelola membutuhkan pengurus yang memiliki kapasitas. Dengan demikian, program tidak boleh hanya mengukur jumlah peserta pelatihan; indikator harus mencakup keberlanjutan usaha dan perubahan ekonomi.

Model Masjid Entrepreneurship Empowerment Model (MEEM) terdiri atas enam tahap. Tahap pertama adalah pemetaan. Masjid mengidentifikasi profil jamaah, jenis usaha, keterampilan, kebutuhan modal, kebutuhan legalitas, dan peluang pasar. Tahap kedua adalah seleksi dan segmentasi. Jamaah dikelompokkan berdasarkan tahap usaha: calon wirausaha, usaha pemula, usaha bertahan, dan usaha berkembang.

Tahap ketiga adalah inkubasi. Peserta memperoleh pelatihan dan pendampingan sesuai kebutuhan, bukan pelatihan yang seragam. Tahap keempat adalah akselerasi pasar melalui bazar masjid, katalog digital, kerja sama dengan pelaku usaha, dan pengadaan yang sesuai ketentuan. Tahap kelima adalah pembiayaan produktif melalui skema yang sah dan sesuai karakter penerima. Tahap keenam adalah monitoring dan scale-up.

Tabel 2 Model MEEM

Tahap	Aktivitas utama	Indikator
1. Pemetaan	Pendataan jamaah dan UMKM	Database terverifikasi
2. Segmentasi	Klasifikasi tahap usaha	Kelompok sasaran jelas
3. Inkubasi	Pelatihan + mentoring	Kompetensi meningkat
4. Akses pasar	Bazar, katalog, kemitraan	Jumlah kanal/pelanggan
5. Pembiayaan	Modal sesuai ketentuan	Usaha memperoleh modal
6. Monitoring	Evaluasi omzet, laba, tenaga kerja	Usaha bertahan/berkembang

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi dokumen dan analisis data sekunder. Pendekatan ini dipilih karena tujuan utama penelitian adalah memahami ekosistem, kebijakan, potensi kelembagaan, dan model pemberdayaan ekonomi jamaah, bukan menguji hubungan kausal secara statistik. Unit analisis adalah ekosistem pemberdayaan ekonomi berbasis masjid di Kabupaten Bogor.

Sumber data utama terdiri atas: (1) Kabupaten Bogor Dalam Angka 2026 dan publikasi statistik BPS Kabupaten Bogor; (2) dokumen perencanaan daerah yang memuat program pemberdayaan UMKM; (3) informasi resmi Kementerian Agama mengenai jumlah masjid dan musala serta kebijakan pemberdayaan ekonomi umat; (4) peraturan perundang-undangan terkait UMKM dan zakat; dan (5) literatur ilmiah tentang social entrepreneurship, community empowerment, social capital, dan mosque-based development.

Analisis dilakukan melalui empat tahap. Pertama, identifikasi data mengenai kondisi sosial ekonomi dan kelembagaan. Kedua, pengelompokan informasi berdasarkan tema: potensi, hambatan, pembiayaan, kompetensi, digitalisasi, pasar, dan tata kelola. Ketiga, triangulasi antar-dokumen untuk menghindari kesimpulan yang hanya bertumpu pada satu sumber. Keempat, sintesis untuk membangun model pemberdayaan yang sesuai dengan karakteristik Kabupaten Bogor.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. HASIL

Kabupaten Bogor mempunyai karakter wilayah yang kompleks. Wilayahnya mencakup kawasan dengan karakter urban dan peri-urban, kawasan pertanian, sentra perdagangan, kawasan industri, serta daerah yang berkembang sebagai destinasi wisata. Keragaman tersebut menghasilkan variasi kebutuhan ekonomi jamaah. Model pemberdayaan yang efektif di kawasan padat perkotaan belum tentu sama dengan model di wilayah perdesaan.

BPS Kabupaten Bogor melalui Kabupaten Bogor Dalam Angka 2026 menyediakan data sosial ekonomi tahun 2025. Publikasi tersebut dapat dijadikan basis untuk memetakan kecamatan menurut karakteristik penduduk, kegiatan ekonomi, kemiskinan, pendidikan, pertanian, industri, perdagangan, dan indikator pembangunan lainnya. Penggunaan data wilayah penting agar program masjid tidak bersifat seragam.

Pada sisi UMKM, pemerintah daerah telah memasukkan program pemberdayaan usaha mikro dalam dokumen perencanaan daerah. Dokumen perubahan RKPD Kabupaten Bogor 2025, misalnya, memuat Program Pemberdayaan Usaha Menengah, Usaha Kecil, dan Usaha Mikro serta indikator persentase pelaku usaha mikro yang dibina. Hal ini menunjukkan bahwa program berbasis masjid dapat ditempatkan sebagai pelengkap dan penguat kebijakan daerah, bukan sebagai program yang berjalan sendiri.

Pada sisi kelembagaan keagamaan, informasi Kementerian Agama Jawa Barat menunjukkan besarnya jaringan masjid dan musala di Kabupaten Bogor. Jaringan tersebut merupakan aset sosial, tetapi pemanfaatannya memerlukan seleksi. Tidak semua masjid harus menjadi pusat inkubasi. Pemerintah daerah dan mitra dapat membangun klaster masjid percontohan, kemudian memperluasnya secara bertahap.

Tabel 3. Potensi Sektor Usaha

Sektor	Peluang berbasis jamaah	Dukungan masjid
Kuliner	Makanan rumahan, katering, makanan halal	Bazar, katalog, promosi
Fesyen	Busana muslim, hijab, kerajinan	Pasar jamaah dan event
Jasa	Servis, desain, pendidikan, fotografi	Direktori jasa jamaah
Pertanian	Produk segar dan olahan	Pasar komunitas
Ekonomi kreatif	Konten, desain, kerajinan	Promosi digital
Perdagangan	Sembako dan produk rumah tangga	Kemitraan dan koperasi sesuai aturan

4.2. PEMBAHASAN

Salah satu keunggulan pendekatan masjid adalah adanya pasar komunitas. Jamaah dapat menjadi pelanggan awal, tetapi prinsipnya harus tetap sukarela dan berbasis kualitas. Program dapat menciptakan katalog digital 'Produk Jamaah' yang memuat profil usaha, produk, lokasi, kontak, dan kanal transaksi. Dengan demikian, masjid berperan sebagai fasilitator informasi dan reputasi, bukan sebagai pihak yang memaksakan transaksi.

Masjid dapat membangun kolaborasi dengan perangkat daerah yang membidangi UMKM, koperasi, perdagangan, tenaga kerja, dan ekonomi kreatif; pemerintah desa; BAZNAS/LAZ; perguruan tinggi; lembaga keuangan; perusahaan melalui CSR; serta marketplace dan pelaku usaha yang lebih besar. Kolaborasi harus dituangkan dalam pembagian peran yang jelas agar tidak terjadi tumpang tindih.

Potensi Masjid sebagai Simpul Pemberdayaan

Analisis dokumen menunjukkan bahwa masjid mempunyai legitimasi sosial yang kuat untuk mengorganisasi kegiatan kemasyarakatan. Fungsi masjid yang bersentuhan dengan pendidikan, silaturahmi, konsultasi, dan pemberdayaan ekonomi memberikan dasar sosial untuk membangun program kewirausahaan. Dalam konteks kebijakan Kementerian Agama, pemberdayaan ekonomi umat dan pemberdayaan rumah ibadah juga telah menjadi bagian dari arah strategis.

Potensi tersebut paling kuat ketika masjid berperan sebagai 'hub'. Hub berarti masjid tidak mengambil alih fungsi pemerintah, lembaga zakat, lembaga keuangan, atau pelaku usaha, melainkan menghubungkan kebutuhan jamaah dengan lembaga yang memiliki kompetensi. Model hub dapat mengurangi beban pengurus dan sekaligus meningkatkan kualitas layanan.

Masalah Utama Jamaah Pelaku Usaha

Masalah pertama adalah keterbatasan kapasitas manajerial. Pelaku usaha mikro sering memiliki kemampuan produksi tetapi belum memiliki sistem pencatatan biaya dan arus kas yang memadai. Akibatnya, omzet sering disamakan dengan laba. Program pemberdayaan harus menempatkan literasi keuangan sebagai kompetensi dasar.

Masalah kedua adalah akses pasar. Banyak usaha bergantung pada pelanggan di sekitar rumah. Ketika permintaan lokal menurun, usaha menjadi rentan. Kanal digital dapat memperluas pasar, tetapi harus didukung kualitas konten, foto, kemasan, layanan

pelanggan, dan kemampuan memenuhi pesanan.

Masalah ketiga adalah legalitas dan standardisasi. Usaha yang berkembang membutuhkan legalitas dan sertifikasi sesuai karakter produk. Program masjid dapat membantu jamaah memahami prosedur dan mengarahkan mereka kepada instansi atau layanan resmi, bukan menerbitkan legalitas sendiri.

Masalah keempat adalah pembiayaan. Akses modal perlu dibangun secara hati-hati. Pemberian dana tanpa seleksi usaha dan pendampingan dapat meningkatkan risiko gagal. Untuk dana zakat, penyaluran harus mengikuti ketentuan penerima dan mekanisme yang berlaku. Untuk infak/sedekah atau dana sosial lain, aturan internal dan hukum yang relevan tetap perlu diperhatikan.

Peran Pengurus Masjid

Pengurus masjid merupakan aktor kunci. Namun, mereka tidak harus menjadi ahli bisnis. Peran yang ideal adalah menetapkan arah, menjaga integritas program, membuka jaringan, menyediakan ruang, dan memastikan akuntabilitas. Tim ekonomi masjid dapat dibentuk dengan anggota yang memiliki pengalaman bisnis, akuntansi, digital marketing, hukum, dan pengembangan komunitas.

Peran Jamaah

Jamaah bukan objek bantuan, tetapi subjek pemberdayaan. Karena itu, program harus memberi ruang bagi jamaah untuk menentukan kebutuhan, memilih jenis pelatihan, mengembangkan usaha, dan mengevaluasi program. Pendekatan partisipatif meningkatkan rasa memiliki dan mencegah ketergantungan.

Peran Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah dapat berperan melalui fasilitasi pelatihan, legalitas, kurasi produk, promosi, akses pameran, penguatan koperasi, pendataan UMKM, dan penghubung dengan program pembiayaan. Pemerintah tidak perlu mengelola bisnis masjid, tetapi dapat menyediakan ekosistem kebijakan dan layanan.

Model Pemberdayaan Ekonomi Jamaah Berbasis Masjid

Berdasarkan analisis, model yang ditawarkan adalah Masjid Entrepreneurship Empowerment Model (MEEM). Model ini terdiri atas tujuh pilar: pemetaan, inkubasi, legalitas, pembiayaan, pasar, digitalisasi, dan monitoring. Ketujuh pilar ditempatkan dalam siklus berkelanjutan.

Tabel 4 Model Pemberdayaan Ekonomi Jamaah Masjid

Pilar	Program	Output	Aktor utama
Pemetaan	Database jamaah dan UMKM	Profil potensi	Takmir + mitra
Inkubasi	Kelas bisnis dan mentoring	Kompetensi	Mentor + perguruan tinggi
Legalitas	Klinik perizinan/sertifikasi	Usaha lebih tertib	Pemda + instansi terkait
Pembiayaan	Rujukan pembiayaan produktif	Modal sesuai kebutuhan	BAZNAS/LAZ + lembaga keuangan
Pasar	Bazar dan kemitraan	Transaksi baru	Masjid + dunia usaha
Digital	Katalog dan konten	Jangkauan pasar	Tim digital
Monitoring	Dashboard indikator	Perbaikan program	Tim pengelola

Tahap Pemetaan

Pemetaan dimulai dari daftar jamaah yang bersedia mengikuti program. Informasi minimal mencakup jenis usaha, lama usaha, produk, kapasitas produksi, kendala, kebutuhan pelatihan, kebutuhan modal, kanal pemasaran, dan legalitas yang telah dimiliki. Data pribadi harus dikelola secara bertanggung jawab dan hanya digunakan untuk kepentingan program.

Tahap Inkubasi

Inkubasi dilaksanakan minimal dalam tiga tingkat. Tingkat pertama ditujukan bagi calon wirausaha dan berisi pengenalan peluang usaha, validasi masalah pelanggan, dan perencanaan sederhana. Tingkat kedua untuk usaha pemula, berisi pembukuan, harga pokok, pemasaran, legalitas, dan layanan pelanggan. Tingkat ketiga untuk usaha berkembang, berisi strategi pertumbuhan, digitalisasi, kemitraan, pengelolaan tenaga kerja, dan akses investasi.

Klinik Legalitas

Klinik legalitas tidak harus berada di dalam struktur masjid secara permanen. Masjid dapat menjadi tempat konsultasi berkala yang menghadirkan narasumber dari instansi terkait. Materi dapat meliputi Nomor Induk Berusaha, sertifikasi halal sesuai ketentuan, merek, standar produk, perpajakan dasar, serta pencatatan transaksi.

Akses Pembiayaan

Skema pembiayaan harus disesuaikan dengan profil usaha dan sumber dana. Untuk mustahik yang memenuhi ketentuan, lembaga zakat dapat mempertimbangkan program produktif sesuai regulasi. Untuk usaha komersial, alternatif dapat berupa pembiayaan lembaga keuangan atau skema kemitraan yang sah. Prinsip utama adalah transparansi sumber dana, kelayakan usaha, kemampuan pengembalian jika berbentuk pembiayaan, dan pendampingan.

Pelayanan Pasar Jamaah

Pasar jamaah dapat dikembangkan melalui bazar bulanan, katalog digital, kegiatan Ramadan, seminar, kajian, dan event komunitas. Setiap kegiatan harus memiliki mekanisme kurasi agar kualitas produk terjaga. Bazar bukan hanya tempat jual beli, tetapi laboratorium pasar untuk menguji produk dan mendapatkan umpan balik.

Digitalisasi Dan Inovasi Kewirausahaan

Digitalisasi merupakan pengungkit, bukan tujuan akhir. Program pemberdayaan harus mengajarkan jamaah menggunakan teknologi untuk menyelesaikan masalah bisnis. Tahapan digitalisasi dapat dimulai dari katalog WhatsApp atau media sosial, kemudian berkembang ke marketplace, pembayaran digital, pencatatan pelanggan, dan analitik penjualan.

Katalog Produk Jamaah

Katalog digital dapat dikelola oleh tim masjid dengan persetujuan pemilik usaha. Setiap produk memuat nama usaha, kategori, foto, harga, lokasi, kontak, jam layanan, dan informasi halal atau legalitas yang memang telah dimiliki.

Katalog harus diperbarui secara berkala.

Pelatihan konten dapat menekankan prinsip sederhana: satu produk, satu manfaat utama, satu target pelanggan, dan satu ajakan bertindak. Jamaah perlu memahami bahwa konten tidak sekadar membuat poster, tetapi membangun kepercayaan. Testimoni pelanggan, proses produksi, kualitas bahan, dan cerita usaha dapat digunakan selama benar dan tidak menyesatkan.

Pembayaran dan Pencatatan. Pembayaran digital membantu efisiensi, tetapi harus dibarengi pencatatan. Pelaku usaha dapat menggunakan spreadsheet sederhana dengan kolom tanggal, transaksi, pemasukan, biaya bahan, biaya operasional, dan saldo. Dari data tersebut dapat dihitung margin dan tren penjualan.

Tabel 5 Indikator Digitalisasi

Indikator	Baseline	Target program
Usaha memiliki katalog digital	Didata	Meningkat setiap periode
Usaha menggunakan pencatatan digital	Didata	Sebagian besar peserta
Usaha memiliki kanal pemasaran	Didata	Minimal satu kanal aktif
Konten pemasaran konsisten	Didata	Kalender konten bulanan
Transaksi digital	Didata	Meningkat sesuai karakter usaha

Pemberdayaan ekonomi berbasis masjid akan menghadapi risiko tata kelola apabila batas antara dana ibadah, dana sosial, dan dana usaha tidak jelas. Oleh karena itu, prinsip pertama adalah pemisahan sumber dana. Setiap sumber harus memiliki catatan, tujuan, otorisasi, dan pelaporan yang sesuai. Transparansi tidak berarti semua data pribadi penerima diumumkan. Yang perlu terbuka adalah kebijakan program, sumber dan penggunaan dana secara agregat, jumlah peserta, kegiatan, indikator capaian, serta mekanisme pengaduan. Data individu harus dilindungi.

Pengukuran dampak sebaiknya menggunakan indikator sebelum dan sesudah program. Indikator tidak hanya berupa omzet karena omzet dapat meningkat sementara laba menurun. Pengukuran dapat meliputi margin laba, jumlah pelanggan aktif, keberlangsungan usaha, jumlah tenaga kerja, legalitas, kanal pasar, tabungan usaha, dan kemampuan memenuhi kebutuhan rumah tangga.

Program yang berkelanjutan membutuhkan sumber daya manusia dan pembiayaan operasional. Model yang lebih realistis adalah membangun kombinasi sumber dukungan: kontribusi mitra, CSR, dukungan pemerintah, dana sosial sesuai ketentuan, dan biaya layanan yang wajar apabila memang diperlukan. Masjid tidak seharusnya bergantung pada satu sumber pendanaan.

Temuan konseptual penelitian memperlihatkan bahwa masjid memiliki keunggulan berupa kedekatan sosial, tetapi keunggulan tersebut tidak otomatis menjadi kapasitas ekonomi. Transformasi dari modal sosial menjadi modal ekonomi membutuhkan desain kelembagaan. Dalam perspektif ini, fungsi utama masjid adalah menciptakan lingkungan yang memungkinkan jamaah meningkatkan kemampuan dan aksesnya.

Model MEEM sejalan dengan prinsip pemberdayaan karena menempatkan jamaah sebagai pelaku. Program tidak berhenti pada pemberian modal. Modal hanya salah satu komponen. Tanpa kemampuan manajerial dan pasar, modal berisiko tidak menghasilkan perubahan yang berkelanjutan. Karena itu, intervensi harus menggabungkan human capital, social capital, financial capital, digital capital, dan market capital.

Penting pula membedakan kewirausahaan berbasis masjid dengan komersialisasi masjid. Komersialisasi cenderung menempatkan aktivitas ekonomi sebagai tujuan utama. Sementara itu, model pemberdayaan menempatkan ekonomi sebagai instrumen peningkatan kesejahteraan jamaah. Prinsip ini menjaga identitas masjid dan mencegah orientasi keuntungan menggeser nilai pelayanan sosial.

PMA 17 Tahun 2025 memperkuat relevansi pendekatan tersebut karena kebijakan Kementerian Agama memasukkan pemberdayaan ekonomi umat, optimalisasi dana sosial keagamaan, pengembangan rumah ibadah sebagai pusat ekonomi umat, dan kolaborasi lintas pihak. Dengan demikian, model pemberdayaan berbasis masjid dapat diposisikan sebagai inovasi lokal yang sejalan dengan arah kebijakan nasional.

PMA 16 Tahun 2025 juga memberi pelajaran penting mengenai pembiayaan. Program usaha produktif berbasis zakat harus memiliki mekanisme perencanaan, pelaksanaan, pengendalian, dan pelaporan. Oleh sebab itu, masjid yang hendak terlibat harus memahami posisi dan batas kewenangannya. Pengelolaan zakat tidak boleh dilakukan hanya berdasarkan kesepakatan informal jika hal tersebut mengabaikan aturan kelembagaan zakat.

Dari perspektif pemerintah daerah, program berbasis masjid dapat menjadi kanal tambahan untuk menjangkau usaha mikro yang sulit disentuh oleh program formal. Namun, pemerintah harus menghindari duplikasi. Jika pelaku usaha telah mendapatkan pendampingan dari perangkat daerah, program masjid sebaiknya memperkuat, bukan mengulang. Integrasi database dan rujukan layanan dapat meningkatkan efisiensi.

Dari perspektif perguruan tinggi, masjid dapat menjadi living laboratory untuk pengembangan kewirausahaan sosial. Mahasiswa dan dosen dapat membantu desain bisnis, pembukuan, digital marketing, serta evaluasi dampak. Kolaborasi ini juga menghasilkan data empiris yang dapat memperkaya kebijakan.

Dari perspektif dunia usaha, masjid dapat menjadi sumber pemasok atau pasar komunitas. Kemitraan harus berbasis kualitas dan kontrak yang jelas. Pelaku usaha jamaah tidak boleh hanya dijadikan objek CSR. Mereka harus memperoleh akses pasar yang benar-benar membantu peningkatan kapasitas.

5. KESIMPULAN

Pemberdayaan ekonomi jamaah melalui pengembangan kewirausahaan berbasis masjid memiliki potensi untuk dikembangkan di Kabupaten Bogor karena didukung oleh jaringan masjid yang luas, keberadaan usaha mikro, modal sosial jamaah, serta kebijakan nasional yang semakin memberi ruang bagi pemberdayaan ekonomi umat. Namun, potensi tersebut tidak dapat diubah menjadi dampak ekonomi hanya melalui ceramah, bazar, atau pelatihan sesaat.

Model Masjid Entrepreneurship Empowerment Model (MEEM) menawarkan pendekatan yang menempatkan masjid sebagai pusat fasilitasi. Model tersebut mencakup pemetaan jamaah, segmentasi usaha, inkubasi, klinik legalitas, pembiayaan sesuai ketentuan, akses pasar, digitalisasi, serta monitoring. Model ini menempatkan jamaah sebagai subjek dan menghubungkan masjid dengan pemerintah, lembaga zakat, perguruan tinggi, dunia usaha, dan lembaga keuangan.

Kunci keberhasilan program adalah tata kelola. Dana operasional masjid, dana zakat, infak/sedekah, wakaf, CSR, dan modal usaha harus dipisahkan sesuai karakter dan ketentuan masing-masing. Transparansi, pengendalian internal, perlindungan data, dan mekanisme pengaduan harus dibangun sejak awal.

Penelitian ini menggunakan data sekunder sehingga belum menyajikan ukuran dampak empiris terhadap pendapatan jamaah. Tahap penelitian selanjutnya perlu

melakukan survei dan wawancara terhadap pengurus masjid dan pelaku usaha di sejumlah kecamatan Kabupaten Bogor. Data primer tersebut diperlukan untuk menguji pengaruh dukungan masjid, kompetensi kewirausahaan, akses modal, digitalisasi, dan akses pasar terhadap kinerja serta kemandirian ekonomi jamaah.

Secara praktis, pemerintah daerah dapat memulai dengan pilot project pada beberapa masjid yang memiliki kesiapan kelembagaan. Setelah model teruji, program dapat diperluas melalui pendekatan learning hub. Dengan strategi tersebut, masjid tidak hanya menjadi tempat ibadah dan kegiatan sosial, tetapi juga dapat berkontribusi sebagai simpul penguatan kapasitas ekonomi masyarakat secara profesional, transparan, inklusif, dan berkelanjutan..

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Amil Zakat Nasional Republik Indonesia. (2026). Penguatan peran masjid melalui pembentukan Unit Pengumpul Zakat dan pemberdayaan ekonomi umat.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (2025). Informasi statistik usaha mikro Kabupaten Bogor dan publikasi terkait. BPS Kabupaten Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (2025). Kabupaten Bogor Dalam Angka 2025. BPS Kabupaten Bogor.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bogor. (2026). Kabupaten Bogor Dalam Angka 2026. BPS Kabupaten Bogor.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). Entrepreneurship. McGraw-Hill Education.
- Kementerian Agama Kantor Wilayah Jawa Barat. (2023). Informasi layanan dan data kelembagaan keagamaan Kabupaten Bogor.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2025 tentang Pendayagunaan Zakat untuk Usaha Produktif.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2025). Peraturan Menteri Agama Nomor 17 Tahun 2025 tentang Rencana Strategis Kementerian Agama Tahun 2025–2029.
- Peraturan perundang-undangan dan dokumen kebijakan lain yang relevan dengan UMKM, zakat, wakaf, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan ekonomi daerah.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community. Simon & Schuster.
- Republik Indonesia. (2008). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Republik Indonesia. (2011). Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat.
- Republik Indonesia. (2021). Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.