

Profesionalisasi Manajemen Masjid Berbasis Analisis SWOT Dan Maqashid Syariah

Alifah Putri Hafidzoh¹, Triananda Labiba Mumtazah², Alfianto Prabowo³, M. Rizqi Ulil A'mal⁴,
Mardiyah Mumthahanah⁵, Ziyad Rizi⁶, Sugiharto⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Juli 7, 2026
Revised Juli 7, 2026
Accepted Juli 10, 2026

Kata Kunci:

Analisis SWOT,
Manajemen Masjid,
Maqashid Syariah,
Profesionalisasi,
Strategi Manajemen

Keywords:

SWOT Analysis,
Mosque Management,
Maqasid Syariah,
Professionalization,
Strategic Management

ABSTRAK

Masjid merupakan institusi keumatan yang memiliki peran strategis tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pembinaan, pendidikan, sosial, dan pemberdayaan umat. Di era modern, pengelolaan masjid menghadapi tantangan yang semakin kompleks, mulai dari urbanisasi, perkembangan teknologi digital, perubahan gaya hidup, hingga menurunnya keterlibatan generasi muda dalam kegiatan keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji konsep strategi manajemen masjid melalui pendekatan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) guna mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi efektivitas pengelolaan masjid, serta merumuskan strategi yang adaptif, islami, dan berbasis *maqashid syariah*. Penelitian ini dilaksanakan di Jakarta pada tahun 2026 menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan deskriptif-analitik terhadap berbagai referensi manajemen strategis dan manajemen masjid. Hasil kajian menunjukkan bahwa faktor internal kunci meliputi kapasitas sumber daya manusia dan kepemimpinan *takmir*, akuntabilitas keuangan, serta kelengkapan sarana prasarana; sementara faktor eksternal mencakup regulasi pemerintah, transformasi digital, dan dinamika sosial masyarakat. Strategi yang direkomendasikan meliputi strategi intensif (penguatan program dakwah), strategi integrasi (sinergi fungsi masjid), dan strategi diversifikasi (pengembangan unit ekonomi produktif) yang seluruhnya berpijak pada kerangka *maqashid syariah*. Penelitian ini berimplikasi pada pentingnya profesionalisasi manajemen masjid yang berorientasi tidak hanya pada efisiensi teknis, tetapi juga pada kualitas kebermanfaatan dan peningkatan kualitas hidup umat secara menyeluruh.

ABSTRACT

The mosque is a communal institution with a strategic role not only as a place of worship but also as a center for community development, education, social welfare, and empowerment. In the modern era, mosque management faces increasingly complex challenges, including urbanization, digital technological developments, lifestyle changes, and the declining involvement of younger generations in religious activities. This study aims to examine mosque management strategies through a SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) analysis approach to identify internal and external factors that influence the effectiveness of mosque management and to formulate adaptive, Islamic-based, and *maqashid shari'ah*-oriented strategies. This research was conducted in Jakarta in 2026 using a literature review method with a descriptive-analytic approach to various references in strategic management and mosque management. The results indicate that key internal factors include the capacity of human resources and *takmir* leadership, financial accountability, and the completeness of facilities and infrastructure; while external factors include government regulations, digital transformation,

and the social dynamics of the community. The recommended strategies include intensive strategies (strengthening da'wah programs), integration strategies (synergy of mosque functions), and diversification strategies (development of productive economic units), all grounded in the maqashid shari'ah framework. This research implies the need for professionalization of mosque management oriented not only toward technical efficiency but also toward the quality of benefit and the overall improvement of the community's quality of life.

This is an open access article under the [CC BY](#) license



Corresponding Author:

Alifah Putri Hafidzoh
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta,
Jakarta, Indonesia
Email: alifahhafidzoh@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Sebagai institusi keagamaan, masjid memegang kedudukan yang krusial dan multidimensi di tengah masyarakat Muslim. Perannya tidak terbatas pada ranah ritual keagamaan semata (*mahdlah*), melainkan meluas sebagai pusat edukasi, pembinaan karakter, aktivitas sosial, hingga akselerasi ekonomi umat. Dalam pandangan Moh. E. Ayub [1], eksistensi masjid idealnya bertindak sebagai poros utama yang menggerakkan seluruh lini kehidupan kaum Muslimin, bukan sekadar ruang statis untuk pelaksanaan ibadah formal. Seiring berjalannya waktu, fungsionalisasi masjid yang kian luas ini melahirkan kompleksitas baru yang menuntut tata kelola sistematis agar kemaslahatan yang dihasilkan dapat terdistribusi secara masif dan berkelanjutan kepada jemaah.

Keberhasilan dalam mewujudkan tata kelola masjid yang berdampak luas sangat bergantung pada implementasi konsep strategi manajemen yang kontekstual. Fred R. David [2] mendefinisikan strategi sebagai perpaduan antara seni dan ilmu pengetahuan untuk merumuskan, menerapkan, serta mengevaluasi berbagai keputusan lintas fungsi yang mengarahkan organisasi dalam mencapai target jangka panjangnya. Ketika ditarik ke dalam ruang lingkup organisasi nirlaba Islam seperti masjid, konsepsi strategi ini menjadi kompas krusial untuk menetapkan arah kebijakan, menyusun skala prioritas, dan mengeksekusi langkah-langkah operasional. Tanpa fondasi konseptual manajemen strategis yang mapan, pengelolaan masjid rentan terjebak dalam pola yang reaktif, tidak terarah, serta gagal memberikan kontribusi optimal bagi penyelesaian problem sosial di sekitarnya.

Pada realitas kontemporer, urgensi pembenahan manajemen masjid kian mendesak akibat gempuran fenomena urbanisasi, penetrasi teknologi digital, pergeseran gaya hidup modern, hingga gejala kerenggangan generasi muda terhadap aktivitas masjid. Dinamika ini memaksa institusi kemasjidan untuk segera menanggalkan pola kepengurusan tradisional yang cenderung konvensional. Tami dkk [3] menggarisbawahi bahwa kombinasi antara tantangan dan peluang tata kelola masjid di era disrupsi digital saat ini menuntut kepekaan pengurus (*takmir*) untuk membaca realitas lingkungan. Sebagai langkah taktis, penggunaan instrumen Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) menjadi relevan untuk memetakan dinamika internal dan eksternal secara objektif [4]. Penilaian berbasis SWOT ini membekali takmir dengan gambaran yang komprehensif mengenai keunggulan yang harus dipertahankan, titik lemah yang perlu dibenahi, ceruk peluang yang bisa dimanfaatkan, serta potensi hambatan lingkungan yang mesti diantisipasi.

Hasil evaluasi SWOT tersebut pada akhirnya menjadi dasar kuat dalam merancang peta jalan (*roadmap*) profesionalisasi manajemen masjid. Proses profesionalisasi ini mencakup standardisasi

transparansi anggaran, akuntabilitas publik, pembagian kerja yang profesional, hingga digitalisasi syiar dakwah. Kendati demikian, keunikan tata kelola masjid mengharuskan organisasi ini untuk tidak menyerap mentah-mentah teori manajemen sekuler, melainkan menyelarakannya dengan koridor hukum Islam.

Oleh karena itu, pengintegrasian kerangka *Maqashid Syariah* yang mencakup proteksi terhadap agama (*hifzh ad-din*), jiwa (*hifzh an-nafs*), akal (*hifzh al-'aql*), keturunan (*hifzh an-nasl*), dan aset/harta (*hifzh al-mal*) hadir sebagai panduan etis sekaligus filosofis yang membedakan masjid dari entitas bisnis berorientasi laba [5]. Internalisasi *Maqashid Syariah* dalam agenda profesionalisasi ini menjamin bahwa rumusan strategi yang dilahirkan tidak semata-mata mengejar efisiensi teknis mekanistik, melainkan bermuara pada tegaknya kemaslahatan umat (*maslahah*) serta pencapaian rida Allah SWT.

2. METODE

2.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*) dengan pendekatan deskriptif-analitik. Metode studi literatur dipilih karena bertujuan untuk memperoleh pemahaman konseptual yang mendalam tentang strategi manajemen masjid berdasarkan sumber-sumber pustaka yang kredibel, baik berupa buku, jurnal ilmiah, maupun regulasi resmi pemerintah.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui telaah kepustakaan secara sistematis terhadap buku-buku manajemen strategis, jurnal ilmiah manajemen masjid, serta regulasi pemerintah terkait standar pembinaan masjid. Sumber-sumber yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi, kemutakhiran (mengutamakan terbitan 10 tahun terakhir), dan kredibilitas institusi penerbit.

2.3 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui teknik analisis isi (*content analysis*) terhadap berbagai sumber pustaka yang telah dikumpulkan. Tahapan analisis meliputi: (1) identifikasi konsep strategi dalam manajemen umum dan manajemen masjid (2) pemetaan faktor internal dan eksternal manajemen masjid menggunakan kerangka analisis SWOT, serta (3) sintesis rumusan strategi manajemen masjid berbasis nilai Islam dan *maqashid syariah*.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Konsep Strategi dalam Manajemen Masjid

Kata "strategi" berasal dari bahasa Yunani *strategos* yang berarti seni atau ilmu memimpin pasukan untuk memenangkan perang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, strategi didefinisikan sebagai rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus (Departemen Pendidikan Nasional, 2005). Dalam konteks manajemen, para ahli memberikan definisi yang beragam namun saling melengkapi.

Fred R. David [6] mendefinisikan strategi sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan lintas fungsional untuk mencapai tujuan organisasi. Senada dengan itu, Sondang P. Siagian [7] memandang strategi sebagai serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran organisasi. Sementara itu, Pearce & Robinson [8] mendefinisikan strategi sebagai kumpulan keputusan dan tindakan yang menghasilkan perumusan dan pelaksanaan rencana untuk mencapai sasaran organisasi.

Henry Mintzberg (1998) memperkaya pemahaman strategi melalui konsep "5P", yaitu strategi sebagai plan (rencana), pattern (pola), position (posisi), ploy (taktik), dan perspective (perspektif).

Konsep ini menunjukkan bahwa strategi bukan hanya dokumen formal, melainkan proses dinamis yang terus berkembang sesuai perubahan lingkungan.

Dalam hierarki strategi, terdapat tiga level utama: (1) strategi korporat yang menentukan arah keseluruhan organisasi, (2) strategi bisnis yang berfokus pada keunggulan kompetitif melalui cost leadership, diferensiasi, atau fokus (Porter dalam Pearce & Robinson, 1997), serta (3) strategi fungsional sebagai pendukung di level departemen [11]. Penerapan hierarki ini dalam manajemen masjid perlu disesuaikan dengan karakteristik masjid sebagai lembaga nirlaba yang berorientasi pada pemberdayaan umat.

3.2 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Pengelolaan Masjid (Analisis SWOT)

3.2.1 Pengertian Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi internal maupun eksternal suatu organisasi sebagai dasar dalam menyusun strategi yang tepat. SWOT terdiri atas empat komponen utama, yaitu *Strength* (kekuatan), *Weakness* (kelemahan), *Opportunity* (peluang), dan *Threat* (ancaman). Melalui analisis ini, organisasi dapat mengetahui keunggulan yang dimiliki, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang dapat dimanfaatkan, serta ancaman yang harus diantisipasi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara lebih efektif [10].

Dalam konteks pengelolaan masjid, analisis SWOT menjadi salah satu alat yang penting untuk mengevaluasi kualitas tata kelola masjid. Pengurus masjid tidak hanya bertugas mengelola kegiatan ibadah, tetapi juga mengembangkan fungsi sosial, pendidikan, ekonomi, dan pelayanan kepada masyarakat. Oleh karena itu, analisis SWOT membantu pengurus memahami kondisi nyata masjid sehingga dapat menyusun program yang sesuai dengan kebutuhan jamaah dan perkembangan zaman [9].

3.2.2 Faktor Internal

Faktor internal merupakan kondisi yang berasal dari dalam organisasi dan masih berada dalam kendali pengelola. Dalam analisis SWOT, faktor internal terdiri atas *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) [12].

1. *Strength* (Kekuatan)

Strength adalah berbagai keunggulan atau potensi yang dimiliki organisasi sehingga mampu mendukung pencapaian tujuan. Dalam pengelolaan masjid, kekuatan dapat berupa sumber daya manusia yang kompeten, kepemimpinan pengurus yang amanah, kondisi keuangan yang baik, fasilitas ibadah yang memadai, serta tingginya partisipasi masyarakat dalam berbagai kegiatan masjid [12].

Pada kondisi saat ini, banyak masjid mulai memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada jamaah. Misalnya, penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah, penyebaran informasi kegiatan, pengelolaan keuangan secara transparan, hingga sistem donasi berbasis digital. Selain itu, semakin banyak masjid yang mengembangkan program pendidikan Al-Qur'an, pemberdayaan ekonomi umat, serta kegiatan sosial yang memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Hal tersebut menjadi kekuatan yang dapat meningkatkan kepercayaan dan keterlibatan jamaah terhadap pengelolaan masjid [13].

2. *Weakness* (Kelemahan)

Weakness merupakan keterbatasan atau kekurangan yang dimiliki organisasi sehingga dapat menghambat pencapaian tujuan. Kelemahan dapat muncul pada aspek sumber daya manusia, sistem manajemen, pendanaan, maupun sarana dan prasarana.

Dalam pengelolaan masjid saat ini, masih ditemukan beberapa kendala, seperti kurangnya kemampuan manajerial pengurus, minimnya regenerasi kepengurusan, administrasi yang belum tertata dengan baik, serta belum optimalnya pemanfaatan teknologi informasi. Selain itu, sebagian masjid masih bergantung pada infak dan sedekah jamaah tanpa memiliki program pemberdayaan ekonomi yang

berkelanjutan. Kondisi tersebut menyebabkan pelaksanaan program kerja sering kali tidak berjalan maksimal dan sulit berkembang mengikuti kebutuhan masyarakat modern

3. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan kondisi yang berasal dari luar organisasi dan tidak dapat dikendalikan secara langsung. Faktor ini meliputi *Opportunity* (peluang) dan *Threat* (ancaman) yang dapat memengaruhi keberhasilan pengelolaan organisasi.

4. *Opportunity* (Peluang)

Opportunity adalah berbagai kondisi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perkembangan organisasi. Peluang dapat berasal dari perubahan teknologi, kebijakan pemerintah, perkembangan ekonomi, maupun meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan organisasi.

Dalam pengelolaan masjid, perkembangan teknologi digital memberikan peluang yang sangat besar. Masjid dapat memperluas jangkauan dakwah melalui media sosial, aplikasi digital, maupun siaran langsung kegiatan keagamaan sehingga dapat diakses oleh masyarakat yang lebih luas. Selain itu, dukungan pemerintah melalui program pembinaan masjid, kerja sama dengan lembaga zakat, wakaf, dan berbagai organisasi kemasyarakatan membuka kesempatan bagi masjid untuk mengembangkan fungsi sosial dan ekonomi umat. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kegiatan keagamaan juga menjadi peluang bagi masjid untuk memperluas program pembinaan generasi muda dan pemberdayaan masyarakat [14].

5. *Threat* (Ancaman)

Threat adalah berbagai faktor dari luar organisasi yang berpotensi menghambat pencapaian tujuan apabila tidak diantisipasi dengan baik

Saat ini, pengelolaan masjid menghadapi berbagai tantangan, seperti perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin individual, menurunnya partisipasi generasi muda dalam kegiatan masjid, serta pesatnya arus informasi di media digital yang tidak seluruhnya memberikan dampak positif. Selain itu, kondisi ekonomi yang tidak stabil dapat memengaruhi jumlah infak dan sedekah jamaah sehingga berdampak pada pembiayaan operasional masjid. Persaingan berbagai bentuk hiburan digital juga menjadi tantangan tersendiri dalam menarik minat masyarakat, khususnya kalangan remaja, untuk aktif mengikuti kegiatan masjid. Oleh karena itu, pengurus masjid perlu terus melakukan inovasi agar masjid tetap menjadi pusat pembinaan umat yang relevan dengan perkembangan zaman.

3.3 Strategi Profesionalisasi Manajemen Masjid Berdasarkan Hasil Analisis SWOT

Setelah faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang dihadapi masjid berhasil diidentifikasi, langkah selanjutnya dalam proses manajemen strategis adalah merumuskan alternatif strategi melalui matriks TOWS. David [15] menjelaskan bahwa matriks ini berfungsi sebagai alat pencocokan (*matching tool*) yang memadukan faktor internal dan eksternal organisasi sehingga menghasilkan empat kelompok strategi, yaitu Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT. Dalam konteks pengelolaan masjid, keempat kelompok strategi tersebut dijadikan acuan bagi takmir untuk mengarahkan organisasi masjid menuju pengelolaan yang lebih profesional, akuntabel, dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

1. Strategi SO (*Strength–Opportunity*)

Strategi SO dirumuskan dengan memanfaatkan kekuatan internal yang dimiliki masjid secara maksimal untuk merebut peluang yang tersedia di lingkungan eksternal [15]. Masjid yang memiliki basis jamaah yang besar, lokasi strategis, serta dukungan donatur yang kuat dapat mengarahkan kekuatan tersebut pada peluang berupa tingginya minat masyarakat terhadap konten keagamaan berbasis digital pada saat ini. Castrawijaya [16] menjelaskan bahwa optimalisasi media sosial dan platform digital memungkinkan masjid memperluas jangkauan dakwah sekaligus membangun citra kelembagaan yang lebih profesional di tengah masyarakat.

Selain itu, kekuatan berupa keragaman keahlian jamaah dapat dipadukan dengan peluang kerja sama lintas lembaga melalui program pemberdayaan jamaah, misalnya pelatihan keterampilan, layanan konsultasi keagamaan, maupun kegiatan ekonomi produktif berbasis masjid. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Abdullah et al. [17] yang menyebutkan bahwa kolaborasi masjid dengan tokoh agama, perguruan tinggi, dan lembaga lain menjadi kunci untuk memperkuat fungsi sosial dan pelayanan masjid secara berkelanjutan. Integrasi teknologi tidak hanya sekadar sarana komunikasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat pemetaan kebutuhan jamaah secara real-time yang dapat dianalisis untuk menentukan jenis program dakwah yang paling relevan bagi demografi jamaah masjid bersangkutan.

2. Strategi WO (*Weakness Opportunity*)

Strategi WO ditujukan untuk menekan kelemahan internal organisasi dengan cara memanfaatkan peluang eksternal yang tersedia (David, 2011). Salah satu kelemahan umum yang dihadapi banyak masjid adalah sistem administrasi yang masih dikelola secara manual serta minimnya kompetensi manajerial pengurus. Abdullah et al. (2024) menemukan bahwa pelatihan berbasis aplikasi digital, seperti penggunaan platform perkantoran daring untuk pencatatan keuangan dan kegiatan, dapat membekali pengurus masjid dengan keterampilan yang relevan dengan tuntutan zaman sekaligus mempercepat proses digitalisasi administrasi masjid.

Peluang berupa tersedianya program pembinaan dari lembaga seperti Kementerian Agama maupun Dewan Masjid Indonesia juga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kapasitas takmir melalui pelatihan manajemen masjid secara berkala. Julianto dan Damanuri [18] menambahkan bahwa pengembangan sumber daya insani takmir perlu dilakukan melalui tahapan perencanaan, pelatihan, dan evaluasi yang berkesinambungan agar kelemahan kapasitas pengelolaan dapat diatasi secara bertahap. Transformasi dari sistem manual ke digital memerlukan pendampingan berkelanjutan agar takmir tidak hanya mahir menggunakan aplikasi, tetapi juga memahami urgensi tata kelola data yang aman dan terorganisir bagi keberlangsungan jangka panjang masjid.

3. Strategi ST (*Strength–Threat*)

Strategi ST diarahkan pada penggunaan kekuatan yang dimiliki organisasi untuk mengatasi atau memperkecil dampak ancaman dari luar (David, 2011). Salah satu ancaman yang dihadapi lembaga keagamaan saat ini adalah menurunnya kepercayaan publik terhadap pengelolaan dana umat akibat minimnya keterbukaan informasi. Untuk merespons ancaman tersebut, kekuatan masjid berupa legitimasi sosial dan kedekatan dengan jamaah dapat diarahkan pada penerapan transparansi laporan keuangan secara rutin dan mudah diakses oleh jamaah. Abdullah et al. (2024) menegaskan bahwa pengelolaan dana publik yang transparan dan akuntabel merupakan aspek krusial dalam menjaga kepercayaan jamaah terhadap lembaga masjid.

Selain itu, penguatan koordinasi strategis antarpengurus pada berbagai bidang turut membantu masjid menghadapi ancaman menurunnya partisipasi jamaah akibat banyaknya pilihan kegiatan keagamaan di lembaga lain, karena program yang terkoordinasi dengan baik cenderung lebih konsisten dan terpercaya di mata jamaah (Castrawijaya, 2024). Keterbukaan informasi keuangan melalui media visual yang informatif di papan pengumuman atau kanal digital masjid terbukti secara signifikan meningkatkan partisipasi jamaah dalam program infak dan sedekah karena mereka merasa dilibatkan dalam proses kemajuan masjid.

4. Strategi WT (*Weakness–Threat*)

Strategi WT bersifat defensif karena berupaya menekan kelemahan internal sekaligus menghindari ancaman eksternal secara bersamaan (David, 2011). Salah satu kelemahan struktural yang umum terjadi di banyak masjid adalah ketergantungan pada segelintir pengurus senior tanpa adanya proses kaderisasi yang jelas, kondisi yang apabila dibiarkan dapat memunculkan ancaman kekosongan kepemimpinan di masa depan. Julianto dan Damanuri (2025) menyoroti pentingnya regenerasi pengurus yang dilandasi nilai-nilai Islam, seperti amanah, ihsan, dan syura, agar proses pergantian kepemimpinan tetap berjalan dengan menjunjung etika kerja dan musyawarah.

Regenerasi semacam ini sekaligus berfungsi sebagai langkah preventif terhadap ancaman stagnasi program kerja akibat minimnya inovasi dari generasi pengurus yang lebih muda. Dengan kombinasi penguatan kaderisasi, pembekalan nilai-nilai manajerial, serta pembatasan ruang bagi praktik pengelolaan yang tidak tertib, masjid dapat secara bertahap keluar dari kondisi rentan menuju pengelolaan yang lebih profesional. Kegagalan dalam melakukan regenerasi yang sehat akan memicu "kemacetan" organisasi, di mana inovasi berhenti dan masjid kehilangan relevansinya bagi generasi muda yang membutuhkan ruang ekspresi keagamaan yang dinamis.

5. Sintesis Strategi

Secara keseluruhan, keempat kelompok strategi SO, WO, ST, dan WT tidak berdiri sendiri-sendiri, melainkan saling melengkapi dalam membentuk arah kebijakan profesionalisasi manajemen masjid. Digitalisasi administrasi, transparansi laporan keuangan, regenerasi pengurus, pelatihan manajemen bagi takmir, program pemberdayaan jamaah, dan optimalisasi media sosial merupakan langkah konkret yang dapat ditempatkan pada masing-masing kuadran strategi, disesuaikan dengan kondisi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh masjid yang bersangkutan. Dengan demikian, penerapan strategi yang tepat berdasarkan hasil analisis SWOT dapat menjadi peta jalan bagi takmir dalam mewujudkan pengelolaan masjid yang lebih profesional, akuntabel, dan berdaya saing di tengah perkembangan zaman.

3.4 Integrasi Maqashid Syariah dalam Profesionalisme Manajemen Masjid

Integrasi Maqashid Syariah dalam profesionalisasi manajemen masjid merupakan sebuah urgensi transisional untuk mengubah paradigma pengelolaan tempat ibadah. Masjid tidak lagi sekadar berfungsi sebagai fasilitator ibadah ritual (*mahdhah*), melainkan harus bertransformasi menjadi pusat peradaban, pemberdayaan ekonomi, dan pelayanan sosial yang dikelola secara modern dan akuntabel.

Agar proses profesionalisasi ini tetap berpijak pada nilai-nilai teologis, Maqashid Syariah (tujuan-tujuan hukum Islam) harus diimplementasikan sebagai kerangka kerja strategis dalam menyusun seluruh kebijakan tata kelola organisasi masjid.

Berikut adalah artikulasi integrasi lima pilar Maqashid Syariah ke dalam aspek profesionalisasi manajemen masjid:

1. Hifzh al-Din (Menjaga Agama)

Hifzh al-Din dalam manajemen masjid merupakan upaya menjaga, memelihara, dan menguatkan agama Islam melalui pengelolaan masjid yang terarah, tertib, dan berorientasi pada pembinaan keagamaan jamaah. Dalam kerangka maqashid syariah, pemeliharaan agama menempati posisi yang sangat penting karena menjadi tujuan dasar syariat dalam mewujudkan kemaslahatan umat. Oleh karena itu, masjid tidak hanya dipandang sebagai tempat pelaksanaan ibadah ritual, tetapi juga sebagai pusat dakwah, pendidikan Islam, dan penguatan nilai-nilai keagamaan masyarakat.

Dalam konteks profesionalisasi, Hifzh al-Din tercermin melalui penyelenggaraan kajian rutin, pengajian, khutbah, pembinaan takmir, serta pengajaran Al-Qur'an yang berkesinambungan. Seluruh aktivitas tersebut berfungsi menjaga keberlangsungan syiar Islam dan memperkuat pemahaman jamaah terhadap ajaran agama. Pengelolaan yang profesional memungkinkan program-program keagamaan dilaksanakan secara sistematis, terjadwal, dan konsisten sehingga peran masjid sebagai pusat pembinaan Islam dapat berjalan lebih efektif.

Selain itu, Hifzh al-Din juga tampak dalam penciptaan suasana masjid yang mendukung kekhusyukan ibadah, seperti kebersihan, ketertiban, kenyamanan, dan ketersediaan fasilitas yang memadai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan masjid tidak hanya berfokus pada administrasi kelembagaan, tetapi juga pada upaya memfasilitasi umat dalam menjalankan ibadah dengan baik. Dengan demikian, profesionalisasi manajemen masjid menjadi sarana untuk mempermudah jamaah mendekatkan diri kepada Allah SWT serta menjaga kualitas kehidupan beragama di lingkungan masjid.

Makna Hifzh al-Din dalam manajemen masjid juga terlihat dari upaya menjaga kegiatan keislaman agar tidak berhenti pada aspek seremonial semata. Masjid yang dikelola secara baik akan mampu menghadirkan program dakwah yang relevan dengan kebutuhan jamaah, memperkuat akidah, serta membina akhlak masyarakat secara berkelanjutan. Hal ini penting karena fungsi masjid dalam Islam bukan hanya sebagai tempat ibadah individual, tetapi juga sebagai pusat pembentukan karakter keislaman umat.

Dengan demikian, Hifzh al-Din dalam manajemen masjid dapat dipahami sebagai strategi untuk memastikan bahwa masjid tetap berfungsi sebagai pusat ibadah, dakwah, dan pendidikan Islam secara optimal. Konsep ini sejalan dengan maqashid syariah yang menempatkan penjagaan agama sebagai tujuan utama syariat. Dalam perspektif profesionalisasi, pengelolaan masjid yang baik tidak hanya meningkatkan mutu tata kelola, tetapi juga memperkuat fungsi religius masjid sebagai lembaga pembinaan umat Islam [19].

2. Hifzh al-Nafs (Menjaga Jiwa)

Keterkaitan Hifzh al-Nafs dengan manajemen masjid dapat dilihat dari upaya masjid dalam menjamin keamanan, kesehatan, dan kenyamanan jamaah melalui penyediaan konsumsi halal, bersih, dan aman. Sebagaimana label halal memberikan kepastian bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan yang ketat sehingga tidak membahayakan jiwa dan kesehatan, pengelolaan masjid pun harus memastikan bahwa setiap layanan yang diberikan kepada jamaah memenuhi standar kebersihan, keamanan, dan kelayakan. Dengan demikian, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang yang melindungi keselamatan fisik dan psikologis umat Islam.

Dalam perspektif profesionalisasi manajemen masjid, prinsip Hifzh al-Nafs menuntut adanya kebijakan yang jelas terkait pengelolaan konsumsi pada kegiatan masjid, mulai dari pengajian, buka puasa bersama, hingga acara sosial keagamaan. Pengurus masjid perlu memastikan bahwa makanan dan minuman yang disediakan berasal dari sumber yang halal dan aman, memiliki kebersihan yang terjaga, serta memenuhi standar kesehatan. Hal ini penting karena masjid sering menjadi pusat aktivitas sosial yang melibatkan konsumsi jamaah dalam jumlah besar. Oleh sebab itu, penerapan prinsip halal dalam pengelolaan konsumsi masjid merupakan bagian dari tanggung jawab syariah untuk menjaga jiwa dan kesehatan jamaah.

Selain itu, konsep label halal juga dapat dijadikan contoh bahwa manajemen masjid harus memiliki sistem kontrol dan evaluasi yang baik. Sebagaimana sertifikasi halal menuntut audit terhadap bahan baku, proses produksi, dan distribusi, manajemen masjid juga memerlukan pengawasan terhadap kualitas layanan, kebersihan fasilitas, serta keamanan lingkungan. Hal ini menunjukkan bahwa profesionalisasi masjid bukan sekadar memperbaiki administrasi, melainkan memastikan seluruh aktivitas masjid berjalan sesuai nilai-nilai Islam yang bertujuan melindungi jiwa manusia (Pratama, 2024).

3. Hifzh al-Aql (Menjaga Akal)

Implementasi *hifzh al-aql* dalam profesionalisasi manajemen masjid dapat diwujudkan melalui program pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran yang menyediakan kajian keislaman, pelatihan kepemimpinan, pelatihan manajemen organisasi, literasi digital, serta pendidikan Al-Qur'an bagi berbagai kelompok usia. Program-program tersebut berkontribusi pada peningkatan kualitas intelektual jamaah dan memperkuat kemampuan mereka dalam menghadapi tantangan sosial yang terus berkembang [20].

Dalam perspektif maqashid syariah, menjaga akal tidak hanya berarti melindungi manusia dari hal-hal yang merusak kemampuan berpikir, tetapi juga mendorong pengembangan ilmu pengetahuan dan kapasitas intelektual. Auda [21] menegaskan bahwa maqashid syariah pada era modern harus dipahami sebagai sarana pengembangan kualitas manusia (*human development*), bukan sekadar

instrumen perlindungan. Oleh karena itu, strategi profesionalisasi masjid melalui pendidikan dan pelatihan merupakan bentuk implementasi nyata dari *hifzh al-aql* karena berorientasi pada peningkatan kualitas sumber daya manusia dan pemberdayaan masyarakat.

4. Hifzh al-Nasl (Menjaga Keturunan)

Aspek *hifzh al-nasl* dapat diwujudkan melalui pembinaan generasi muda yang terstruktur dan berkelanjutan. Dalam konteks profesionalisasi manajemen masjid, pengurus perlu menyusun program yang mampu menarik partisipasi remaja dan pemuda, seperti kegiatan remaja masjid, pembinaan akhlak, tahfiz Al-Qur'an, mentoring keislaman, pelatihan kepemimpinan, serta kegiatan sosial yang membangun karakter. Strategi ini penting karena generasi muda merupakan aset utama keberlanjutan fungsi masjid di masa depan [22].

Konsep *hifzh al-nasl* tidak hanya dipahami sebagai menjaga keberlangsungan keturunan secara biologis, tetapi juga menjaga kualitas moral, spiritual, dan sosial generasi penerus. Melalui pembinaan yang sistematis, masjid dapat berperan sebagai lembaga yang menanamkan nilai-nilai Islam, membangun karakter, dan membentuk kepemimpinan generasi muda. Dengan demikian, strategi pembinaan remaja dan pemuda merupakan bagian penting dari profesionalisasi manajemen masjid yang selaras dengan tujuan maqashid syariah dalam menjaga kualitas keturunan umat Islam [24].

5. Hifzh al-Mal (Menjaga Harta)

Penerapan *hifzh al-mal* dalam manajemen masjid tercermin pada pengelolaan keuangan yang transparan, akuntabel, dan profesional. Dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, wakaf, maupun sumbangan jamaah merupakan amanah yang harus dikelola secara bertanggung jawab. Oleh karena itu, profesionalisasi manajemen masjid menuntut adanya sistem pencatatan keuangan yang baik, pelaporan yang terbuka kepada jamaah, serta mekanisme pengawasan yang jelas untuk mencegah penyalahgunaan dana [23].

Penelitian mengenai transparansi dan akuntabilitas keuangan masjid menunjukkan bahwa keterbukaan informasi keuangan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pengurus masjid dan memperkuat tata kelola organisasi keagamaan [25] [26]. Selain itu, penerapan prinsip akuntansi syariah dalam pengelolaan dana masjid dapat membantu memastikan bahwa seluruh aktivitas keuangan berjalan sesuai dengan nilai-nilai Islam, prinsip keadilan, dan amanah [27]. Dengan demikian, transparansi keuangan tidak hanya menjadi kebutuhan administratif, tetapi juga merupakan implementasi langsung dari *hifzh al-mal* dalam maqashid syariah.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa profesionalisasi manajemen masjid memerlukan reorientasi strategi dari sekadar dokumen formal menjadi sebuah proses dinamis yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Sebagai lembaga nirlaba yang berorientasi pada pemberdayaan umat, masjid harus mampu menyelaraskan hierarki strateginya agar program-program yang dijalankan tetap relevan dengan kebutuhan jamaah. Melalui pemetaan matriks TOWS, dirumuskan empat pilar strategi operasional yang saling melengkapi. Strategi tersebut meliputi optimalisasi teknologi digital dan kemitraan lintas lembaga untuk memperluas jangkauan dakwah (Strategi SO), peningkatan kapasitas manajerial takmir dari sistem manual ke digital (Strategi WO), penerapan transparansi laporan keuangan demi menjaga kepercayaan publik (Strategi ST), serta pelaksanaan kaderisasi kepengurusan yang sehat berdasarkan nilai-nilai Islam guna mencegah stagnasi organisasi (Strategi WT).

Sintesis dari berbagai strategi tersebut kemudian diintegrasikan dengan lima pilar Maqashid Syariah sebagai landasan filosofis dan teologis dalam tata kelola masjid. Implementasi *Hifzh al-Din* mewujudkan pada penyelenggaraan pembinaan keagamaan yang sistematis, sementara *Hifzh al-Nafs* diterapkan melalui jaminan keselamatan dan standarisasi konsumsi jamaah yang halal serta higienis. Peningkatan kualitas intelektual pengurus dan jamaah diwadahi melalui prinsip *Hifzh al-Aql*, yang

didukung oleh pembinaan karakter generasi muda secara terstruktur sebagai perwujudan *Hifzh al-Nasl*. Terakhir, aspek *Hifzh al-Mal* diaktualisasikan lewat penerapan akuntansi syariah serta keterbukaan informasi dalam mengelola dana umat. Pada akhirnya, integrasi antara analisis SWOT dan Maqashid Syariah ini menjadi peta jalan (*roadmap*) komprehensif yang mengubah paradigma masjid dari sekadar tempat ibadah ritual menjadi pusat peradaban umat yang profesional, akuntabel, dan berdampak luas bagi sosial-ekonomi masyarakat.

REFERENSI

- [1] Ayub, M. E. (1996). *Manajemen masjid*. Gema Insani Press.
- [2] David, F. R. (2009). *Manajemen strategis: Konsep*. Salemba Empat.
- [3] Tami, N. T., Handayani, F., & Firtanosa, A. (2024). Tantangan dan peluang manajemen masjid di era digital. *Journal of Da'wah*, 3(1), 1–20.
- [4] Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi Abad 21*. Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Mubarak. (2022). Strategi takmir Masjid Al-Faqih dalam pendekatan aktivitas keagamaan. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(1), 65–80.
- [6] Departemen Pendidikan Nasional. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka.
- [7] Siagian, S. P. (2005). *Manajemen strategik*. Bumi Aksara.
- [8] Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (1997). *Strategic management: Formulation, implementation, and control*. Salemba Empat.
- [9] Kementerian Agama Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Standar Manajemen Masjid*. Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam.
- [10] Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *The Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006.
- [11] Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). *Strategic management and business policy: Toward global sustainability* (13th ed.). Pearson.
- [12] David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2020). *Strategic management: A competitive advantage approach, concepts, and cases* (17th ed.). Pearson.
- [13] Dewan Masjid Indonesia. (2022). *Pedoman Manajemen Masjid*. Dewan Masjid Indonesia.
- [14] Badan Amil Zakat Nasional. (2023). *Outlook Zakat Indonesia 2023*. BAZNAS.
- [15] David, F. R. (2011). *Manajemen strategis: Konsep* (12th ed.). Salemba Empat.
- [16] Castrawijaya, C. (2024). *Manajemen masjid profesional di era digital*. Amzah.
- [17] Abdullah, M., Fahrudin, F., & Faqihuddin, A. (2024). Pelatihan manajemen pengelolaan masjid era modern di Kecamatan Pangandaran: Mengokohkan eksistensi dan pelayanan masjid. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(11), 2025–2037. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.7772>
- [18] Julianto, P. R., & Damanuri, A. (2025). Strategi pengembangan sumber daya insani berbasis nilai Islam pada takmir Masjid Baitul Mukhlisin Ponorogo. *Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(1), 574–587. <https://doi.org/10.63822/fbtgaf28>
- [19] Hashim, Z. (2018). Konsep Hifz al-Din (Memelihara Agama). *Indahnya Islam*. <https://www.indahnyaislam.my/konsep-hifz-al-din-memelihara-agama-timbangan-mufti/>
- [20] Lubaba, A., Pratama, G., & Ramadhani, M. A. (2022). Manajemen mutu terpadu berbasis maqashid syariah di lembaga pendidikan Islam. *Eduvis: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7(1).
- [21] Auda, J. (2008). *Maqasid al-shariah as philosophy of Islamic law: A systems approach*. The International Institute of Islamic Thought.
- [22] Anam, R. K., Habiburrahman, & Haq, M. S. (2024). Implementasi maqashid syari'ah dalam kajian manajemen pendidikan Islam di SMPIT Baitussalam Prambanan Yogyakarta. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(4).

- [23] Suharsono, R. S., Sudarmanto, E., Mahdi, F. M., Mubarak, A. Z., & Ridwan, M. (2025). Transparansi keuangan masjid di era digital: Mewujudkan tata kelola amanah dan bebas fraud. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(4).
- [24] Muqaffi, A., Bahrani, & Sudadi. (2025). Maqashid syariah sebagai framework manajemen pendidikan Islam di era disrupsi digital. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*.
- [25] Rahayu, S., & Andriani, A. (2024). Analisis penerapan akuntabilitas dan transparansi bagi pengurus masjid di Indonesia. *Jurnal Proaksi*, 11(1), 135–151.
- [26] Muhibbuddin. (2024). Transparency and accountability of mosque financial management: Comparative study of NU and Muhammadiyah-based mosques in Gorontalo City. *Al-Ulum*, 24(1).
- [27] Latifah, E., & Abdullah, R. (2024). Akuntansi syariah dalam manajemen keuangan masjid di Indonesia. *Journal of International Development Economics*, 2(2).