

Pelatihan Dewan Kemakmuran Masjid dengan Pengembangan Bisnis Online

Andriyansah^{1*}, Ake Wihadanto², Ira Geraldina³, Rini Febrianti⁴, Diky Paramitha Dicky⁵, Nadya Putri Nataliani⁶

1. Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia. *Corresponding email: andri@ecampus.ut.ac.id
2. Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia. email: ake@ecampus.ut.ac.id
3. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia. email: ira@ecampus.ut.ac.id
4. Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia. email: febri@ecampus.ut.ac.id
5. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia. email: dikyparamitha@ecampus.ut.ac.id
6. Mahasiswa Program Studi Manajemen , Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Banten, Indonesia. email: nadyamput25@gmail.com

Abstract:

Training of the Mosque Prosperity Council (DKM) with a focus on online business development. This activity aims to equip DKM administrators to develop business units for economic independence in running online businesses and their impact on the welfare of the people. the research was conducted online by involving administrators from the Al-Amanah Kujang Mosque DKM. The research was conducted online by involving administrators from Al-Amanah Kujang Mosque, Jl. Tongkeng Dalam No. 48 Merdeka Sumur Bandung, including material on Digital-Based Indomie Warung Business Model, Use of Social Media to Increase Sales and Digital-Based Indomie Ramen Warung Financial Recording. The results showed a significant increase in the knowledge and skills of DKM administrators in running an online business after attending the training. Prior to the evaluation, the training participants were asked to create an Indomie-based online business unit based on products or services managed by the mosque. The online business is expected to provide additional income for the mosque that is used for DKM. DKM training on online business development is proven to be effective in empowering DKM administrators for economic independence and improving the welfare of the people. This approach can be applied more widely by considering the potential and characteristics of each mosque.

Keywords: DKM, Online Business, Economic Independence Economic empowerment, People's welfare.

Abstrak:

Pelatihan Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dengan fokus pada pengembangan bisnis online. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali pengurus DKM mengembangkan usaha unit bisnis untuk kemandirian ekonomi dalam menjalankan bisnis online dan dampaknya terhadap kesejahteraan umat. Penelitian dilakukan secara online dengan melibatkan pengurus dari DKM Masjid Al-Amanah Kujang, Jl. Tongkeng Dalam No. 48 Merdeka Sumur Bandung mencakup materi tentang Model Bisnis Warung Indomie Berbasis Digital, Penggunaan Media Sosial Untuk Peningkatan Penjualan dan Pencatatan Keuangan Warung Ramen Indomie Berbasis Digital. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan pengurus DKM dalam menjalankan bisnis online setelah mengikuti pelatihan. Sebelum dilakukan evaluasi, hasil pelatihan peserta diminta untuk membuat unit bisnis warung Indomie yang berbasis bisnis online berbasis produk atau jasa yang dikelola oleh masjid. Bisnis online tersebut diharapkan memberikan pendapatan tambahan bagi masjid yang digunakan untuk DKM. Pelatihan DKM pengembangan bisnis online terbukti efektif dalam memberdayakan pengurus DKM untuk kemandirian ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan umat. Pendekatan ini dapat diterapkan secara lebih luas dengan mempertimbangkan potensi dan karakteristik masing-masing masjid.

Kata kunci: DKM, Bisnis Online, Kemandirian Ekonomi Pemberdayaan ekonomi, Kesejahteraan umat.

PENDAHULUAN

Berada di era digital media sosial menjadi bagian penting bagi kehidupan sehari-hari masyarakat. Penggunaannya semakin meluas yang dapat berdampak pada interaksi dan efeknya yang dapat membuka peluang bisnis untuk meningkatkan penjualan (Saragih & Andriyansah, 2023). Menurut data dari We Are Social (2023), bahwa interaksi manusia dengan media sosial seluruh dunia menggunakan media sosial 2 jam 31 menit per hari.

Menurut Dwijayanti, A Komalasari et al., (2023) Banyak perusahaan yang sudah memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran untuk menjangkau wilayah pasar yang lebih luas guna menargetkan meningkatkan penjualan. Media sosial menawarkan berbagai fitur dan keunggulan yang dapat memperluas bagian pemasaran seperti jangkauannya yang luas, biaya yang relatif rendah, dan adanya berinteraksi langsung dengan pelanggan (Oktaviani et al., 2023).

Hadirnya media sosial tersebut mendorong Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dapat mengambil peran untuk memakmurkan masjid dan memberdayakan masyarakat di sekitarnya. Menurut Hizbullah et al., (2022); Munawar & Qomaruddin, (2021) DKM bertanggung jawab dalam mengelola kegiatan ibadah, pendidikan, sosial, dan ekonomi di lingkungan masjid. Dalam menjalankan tugasnya, DKM perlu memiliki visi, misi, dan program kerja yang jelas dan terencana dengan baik.

Masih banyak DKM yang menghadapi kendala dalam menjalankan organisasinya karena kurangnya sumber daya manusia yang kompeten dan profesional dalam mengelola masjid. Banyak pengurus DKM yang masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam manajemen masjid, sehingga kegiatan-kegiatan yang dilakukan kurang efektif dan efisien (Umar, 2021).

Menurut Setiawan, (2023) tantangan lainnya yang dihadapi DKM adalah keterbatasan dana dan fasilitas yang dimiliki oleh masjid. Masih banyak masjid yang hanya mengandalkan sumbangan dari jamaah dan masyarakat sekitar, sehingga tidak memiliki sumber pendanaan yang stabil dan

berkelanjutan. Hal ini tentunya berdampak pada kualitas dan kuantitas program-program yang dapat dilaksanakan oleh DKM.

Hasil observasi yang ditemukan tim PkM dan menjadi masalah DKM adalah terkait dengan dukungan kemakmuran masjid perlu dikembangkan satu unit usaha atau bisnis sehingga ada kegiatan perekonomian masjid. Melihat berbagai peluang dan tantangan tersebut, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan.

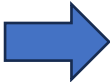
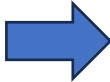
Terkait media sosial, DKM perlu mengembangkan strategi pemasaran media sosial yang tepat, mulai dari pemilihan platform yang sesuai dengan target pasar, pembuatan konten yang menarik dan bernilai tambah, hingga pengelolaan interaksi dengan pelanggan secara profesional (Permana et al., 2023). Selain itu, penting juga untuk secara konsisten mengukur dan mengevaluasi kinerja kampanye media sosial untuk memastikan efektivitasnya dalam meningkatkan penjualan (Indrapura & Fadli, 2023).

Urgensi dilakukan kegiatan ini adalah bagaimana menciptakan usaha mandiri yang dapat menghasilkan income untuk menopang kegiatan DKM. Kegiatan ini bertujuan untuk membekali pengurus DKM mengembangkan usaha unit bisnis untuk kemandirian ekonomi.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan menggunakan metode pelatihan yang diberikan oleh tim adalah terkait dengan pemasaran produk menggunakan media online (Geraldina et al., 2024). Mita kegiatan ini adalah Dewan Pengurus Kemakmuran Masjid Amanah Kujang. Jl. Tongkeng Dalam No. 48 Merdeka Sumur Bandung.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan Kegiatan PkM

Tahapan		Uraian Kegiatan
Tahap survey dan Observasi		Tim melakukan survey terkait lokasi mitra serta melakukan observasi terkait masalah yang sedang dihadapi masyarakat
Tahapan Pembuatan Proposal		Tim merencanakan kegiatan PkM yang sesuai dengan masalah yang ingin diselesaikan
Tahapan Pelaksanaan		Tim melakukan kegiatan berdasarkan masalah dan tujuan masalah yang sesuai dengan kondisi lokasi PkM
Tahapan Evaluasi		Tim mendampingi stakeholder guna memastikan ketercapaian kegiatan yang telah mereka setuju untuk didanai
Tahapan Pelaporan		Tim membuat pelaporan sebagai bentuk pertanggung jawaban

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Mubarok, (2022);Ariyana et al., (2023) Dewan Kemakmuran Masjid merupakan sebuah lembaga kepengurusan masjid yang bertugas untuk memakmurkan masjid dengan berbagai kegiatan yang bermanfaat bagi umat Islam di sekitarnya. Pendapat tersebut dipertegas lagi oleh Fahrurroji, (2020); Thadi, (2021) Ada beberapa kegiatan yang dimaksud antara lain Ibadah berjamaah, Kajian dan pengajian, Pendidikan Islam, Pembinaan remaja masjid, Pelayanan sosial, Pengelolaan zakat, infaq, dan sedekah, Kegiatan ekonomi, Peringatan hari besar Islam, Dakwah dan publikasi, Ukhuwah dan silaturahmi, Kebersihan dan keindahan, Perpustakaan masjid dan ada beberapa kegiatan lain.

Pada artikel ini akan dibahas terkait kegiatan ekonomi untuk kemakmuran lembaga masjid secara finansial. Argumentasi yang kuat untuk alasan finansial tersebut adalah untuk Kemandirian ekonomi masjid. Masjid perlu mengembangkan unit-unit bisnis yang produktif agar tidak hanya bergantung pada sumbangan jamaah atau donator, namu perlu memiliki sumber *income* yang mandiri untuk menopang berbagai kegiatan DKM.

Langkah yang ditempuh oleh tim terkait hasil observasi dan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi mitra adalah dengan memberikan pelatihan kepada dewan pengurus kemakmuran masjid untuk mengembangkan satu unit bisnis.



Gambar 1. Flyer kegiatan

Berikut ini disajikan materi yang disampaikan oleh narasumber

Tabel 2 Narasumber dan Materi

Narasumber	:	Materi
Dr. Ake Wihadanto, S.E., M.T.	:	Model Bisnis Warung Indomie Berbasis Digital
Dr.E. Andriyansah, S.E., M.M.	:	Penggunaan Media Sosial Untuk Peningkatan Penjualan
Diky Paramitha, S.E., M.Ak	:	Pencatatan Keuangan Warung Ramen Indomie Berbasis Digital



Gambar 2. Narasumber menyampaikan Materi



Gambar 3. Materi Ekonomi Umat

Pengembangan unit bisnis DKM masjid sangat perlu dilakukan secara serius, profesional, dan inovatif dengan tetap berpegang pada prinsip syariah dan kemaslahatan umat (Rohman, 2021). Materi yang disampaikan oleh narasumber fokus pada tata Kelola dan Manajemen menjalankan unit usaha untuk mendapatkan hasil model bisnis yang unggul dari yang pernah ada. adanya unit bisnis, masjid dapat menjalankan program sosial atau kebajikan tanpa harus menunggu sumbangan dari pihak lain. Masjid bisa proaktif dalam membantu masyarakat yang membutuhkan atau berkontribusi dalam penanganan masalah sosial. Unit bisnis masjid dapat membuka lapangan kerja dan peluang usaha bagi masyarakat sekitar, terutama bagi jamaah yang membutuhkan pekerjaan atau ingin berwirausaha. Pengembangan unit bisnis akan membantu meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian ekonomi umat (Chotimah, 2020).

Usaha yang telah terbentuk dan berjalan tidak mungkin akan dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu, catatan keuangan yang lengkap akan sangat membantu proses audit atau penelaahan oleh auditor maupun pihak lain (Thian, 2021). Fungsi lain adalah untuk membantu pengendalian keuangan dengan mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran, memantau aliran dana, mengetahui pos-pos pengeluaran, dan memastikan bahwa keuangan dikelola dengan baik sesuai anggaran (Yuliani et al., 2021).



Gambar 4. Materi Pelatihan Pencatatan Keuangan

Hal yang tidak terduga dapat saja terjadi dalam bisnis dengan adanya pencatatan keuangan yang saat ini sudah mengarah pada pencatatan keuangan digital dapat membantu pengambilan keputusan. Data keuangan yang cepat dan akurat. Keuntungan bagi pengurus DKM dapat membantu membuat dasar keputusan finansial yang lebih baik, jika dalam kondisi sehat maka dapat dikembangkan investasi, pengembangan usaha, efisiensi biaya atau hal lain yang mendukung untuk meningkatnya usaha kemandirian ekonomi dewan kemakmuran masjid (Mulyantini & Indriasih, 2021).

Usaha yang dikelola oleh Dewan Kemakmuran Masjid menganut prinsip syariah, profesional, inovatif, serta berorientasi pada kepuasan jemaah. Keuntungan dari usaha tersebut dapat digunakan untuk membiayai kegiatan dakwah dan sosial masjid, sehingga masjid dapat mandiri secara finansial dan tidak hanya bergantung pada sumbangan jemaah. Usaha bisnis masjid harus tetap sejalan dengan visi dan misi utama masjid sebagai tempat ibadah, pendidikan, dan pemberdayaan umat. Usaha bisnis tidak boleh mengganggu atau mengabaikan fungsi utama masjid, namun justru harus menopang dan memperkuat peran masjid dalam melayani dan memberdayakan masyarakat sekitarnya (Maula et al., 2022).

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dengan fokus pada pengembangan bisnis online merupakan langkah strategis untuk memberdayakan masjid dan meningkatkan kesejahteraan umat. Melalui pelatihan ini, pengurus DKM dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis secara online. Pemanfaatan platform digital, DKM dapat membuka peluang bisnis baru yang lebih luas dan efisien. Bisnis online memungkinkan DKM untuk menjangkau pasar yang lebih besar, meningkatkan visibilitas produk atau jasa yang ditawarkan, serta memudahkan transaksi dan komunikasi dengan pelanggan.

Pelatihan ini juga mendorong DKM untuk lebih inovatif dan kreatif dalam mengembangkan bisnis yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan umat. Dengan pemanfaatan teknologi digital, DKM dapat menciptakan model bisnis yang scalable, sustainable, dan memberikan nilai tambah bagi masjid dan

masyarakat sekitar. Melalui pengembangan bisnis online, DKM dapat meningkatkan pendapatan masjid yang kemudian dapat digunakan untuk kegiatan dakwah, pendidikan, sosial, dan pemberdayaan umat. Ini akan memperkuat peran masjid sebagai pusat kegiatan masyarakat yang tidak hanya berfokus pada ibadah, tetapi juga pada peningkatan kesejahteraan umat.

Pelatihan DKM dengan pengembangan bisnis online merupakan upaya yang patut diapresiasi dan didukung. Ini sejalan dengan semangat Islam yang mendorong umatnya untuk produktif, inovatif, dan bermanfaat bagi sesama. Diharapkan melalui pelatihan ini, semakin banyak masjid yang mampu mandiri secara finansial dan berkontribusi positif bagi kemajuan ekonomi umat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat selaku Lembaga yang menyetujui penganggaran kegiatan ini dengan kontrak kerja Nomor : B/340/UN31.LPPM/PM.01.01/2024. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka yang telah memfasilitas untuk kelancaran PKM serta ucapan terimakasih kepada Dewan Pengurus Kemakmuran Masjid Al-amanah Kujang. Jl. Tongkeng Dalam No. 48 Merdeka Sumur Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariyana, I., Azhar, A. A., & Ritonga, M. H. (2023). Strategi Komunikasi Badan Kemakmuran Masjid (BKM) dalam Memakmurkan Masjid Agung H Ahmad Bakrie Kisaran Sumatera Utara. *JURNAL PURNAMA BERAZAM*, 5(1), 28–42.
- Chotimah, H. (2020). Upaya Peningkatan Kemandirian Ekonomi Umat Melalui NU-Preneur. *JIES: Journal of Islamic Economics Studies*, 1(2), 60–69.
- Dwijayanti, A Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68-75.
- Fahrurroji, A. (2020). Strategi Pengembangan Kegiatan Keagamaan Remaja di DKM Masjid Baitul Mu'minin Maja Lebak. *Jurnal Aksioma Ad-Diniyyah: The Indonesian Journal of Islamic Studies*, 8(2).
- Geraldina, I., Arifin, A. H., Rahim, A. R., & Andriyansah. (2024). Pemberdayaan Desa dengan Keunikan Kemasan Produk pada "One Village One Product" di Kecamatan Bontomarannu. *Abdimas Indonesian Journal*, 4(1), 33–40.
<https://doi.org/10.59525/aij.v4i1.323>
- Hizbullah, M., Yeltriana, Y., Haidir, H., & Saragih, A. (2022). Peran Dewan Kemakmuran Masjid dalam Membangun Solidaritas Umat." *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*, 2(6), 255–263.
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970-1978., 2(8), 1970-1978.
- Maula, B. S., Muflihah, M., & Ariyanti, V. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Ekonomi Produktif Melalui Pembentukan Baitut-Tamwil Berbasis Masjid di Grumbul Kalirajut Desa Notog Kabupaten Banyumas. *Solidaritas: Jurnal Pengabdian*, 2(1), 11–27.
- Mubarok, Y. (2022). Strategi Takmir Masjid Al-Faqih dalam Memakmurkan Masjid. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 10(1).

- Mulyantini, S., & Indriasih, D. (2021). *Cerdas Memahami Dan Mengelola Keuangan Bagi Masyarakat Di Era Informasi Digital*. Scopindo Media Pustaka.
- Munawar, W., & Qomaruddin, S. (2021). Peningkatan Kapasitas Pengurus Dewan Kemakmuran Masjid Assakinah Dalam Pemberdayaan Ekonomi. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(3), 378–383.
- Oktaviani, A., Maulana, A., & Firmansyah, R. (2023). Peranan Media Sosial Facebook dalam Meningkatkan Komunikasi Pemasaran di Era Digital. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 143-150.
- Permana, R., Ariodutho, S., Hendrawan, T. D., & Nasuha, H. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Online UMKM Bumbu Sakato. *Masarin*, 1(3), 135–146.
- Rohman, D. A. (2021). *Moderasi Beragama Dalam Bingkai Keislaman Di Indonesia*. Lekkas.
- Saragih, C. L., & Andriyansah, A. (2023). STRATEGI PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA PLATFORM TIKTOK. *KOLEGIAL*, 11(2), 151-160.
- Setiawan, N. (2023). Urgensi Pengelolaan Keuangan Masjid dalam Meningkatkan Akuntabilitas dan Pencegahan terhadap Fraud. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(1), 21-32.
- Thadi, R. (2021). Komunikasi Kemasjidan Dalam Pemakmuran Mesjid Perspektif Komunikasi Organisasi. *Al-Idaroh: Media Pemikiran Manajemen Dakwah*, 1(1), 1-8.
- Thian, A. (2021). *Dasar-dasar Auditing*. Penerbit Andi.
- Umar, M. (2021). Manajemen strategis pada organisasi non profit (ONP). *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 20(2), 166-180.
- Yuliani, R., Binti, R. E., Limarjani, S., Misra, A., Hardy, E., Sari, N. A., & Yasin, M. (2021). Digitalisasi Laporan Keuangan BUMDes Kayu Bawang. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 1(1), 47-58.