

Indonesian Journal of Educational Research (IJER)

Volume 1, Issue 8, June 2026, P. 109-120

Licensed by CC BY-SA 4.0

e-ISSN: 2986-7002

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.21405116>

Strategi Manajemen Masjid dalam Meningkatkan Keterlibatan Generasi Z Melalui Program Non-Ibadah

Mosque Management Strategies in Enhancing Generation Z Engagement Through Non-Worship Programs

Ade Ariska, Dede Amaluddin, Rafa Putri Ramadhanti, Zaki Alfajri, Muhammad Abdika Fauzan

Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta

Email: raderiska@gmail.com

ASBTRAK

Saat ini, tingkat keikutsertaan Generasi Z (rentan kelahiran 1997–2012) pada berbagai aktivitas keagamaan di masjid kian menyusut. Hal ini memicu kekhawatiran mendalam di kalangan takmir maupun pakar manajemen dakwah di tanah air. Oleh karena itu, kajian ini berupaya membedah langkah-langkah strategis terkait tata kelola masjid untuk mendorong keaktifan generasi muda tersebut, khususnya melalui pendekatan kegiatan di luar ibadah mahdah, seperti pemberdayaan ekonomi, pelatihan literasi digital, hingga layanan sosial bagi masyarakat, yaitu program yang tidak bersifat ritual murni, seperti kegiatan pemberdayaan ekonomi, literasi digital, kesenian dan budaya, olahraga, serta layanan sosial berbasis komunitas. Dengan menerapkan metode kualitatif berbasis kajian literatur yang menelaah sejumlah publikasi akademik terkemuka beserta dokumen laporan kelembagaan, penelitian ini menemukan bahwa: (1) Generasi Z memiliki karakteristik unik berupa orientasi digital, kepedulian sosial tinggi, dan kebutuhan akan ruang ekspresi identitas yang autentik; (2) program non-ibadah yang terstruktur dan responsif terhadap kebutuhan Generasi Z terbukti mampu meningkatkan keterlibatan mereka secara signifikan; (3) keberhasilan program bergantung pada empat pilar manajemen: kepemimpinan adaptif, integrasi teknologi digital, kemitraan lintas sektor, dan partisipasi aktif pemuda dalam perancangan program. Penelitian ini menyimpulkan bahwa revitalisasi fungsi masjid sebagai pusat peradaban masyarakat memerlukan transformasi manajemen yang berorientasi pada kebutuhan generasi muda, tanpa mengorbankan nilai-nilai keislaman yang menjadi fondasi institusi masjid.

Kata Kunci: manajemen masjid, Generasi Z, program non-ibadah, keterlibatan pemuda, revitalisasi masjid

ABSTRACT

The phenomenon of declining Generation Z (born 1997–2012) participation in mosque activities has become a serious concern for mosque administrators and Islamic management academics in Indonesia. This study aims to analyze mosque management strategies in enhancing Generation Z engagement through non-worship programs—programs that are not purely ritualistic in nature, such as economic empowerment activities, digital literacy, arts and culture, sports, and community-based social services. Using employing a literature-based qualitative methodology that reviews well-regarded academic publications and institutional reports, this study reveals that: (1) Generation Z possesses unique characteristics including digital orientation, high social awareness, and a need for authentic identity expression; (2) non-worship programs that are structured and responsive to Generation Z's needs have been proven to significantly increase their involvement; (3) program success depends on four management pillars: adaptive leadership, digital technology integration, cross-sector partnerships, and active youth participation in program design. This study concludes that the revitalization of the mosque's function as a center of community civilization requires management transformation oriented toward the needs of the younger generation, without sacrificing Islamic values that serve as the foundation of the mosque institution.

Keywords: mosque management, Generation Z, non-worship programs, youth engagement, mosque revitalization

Article Info

Received date: 15 June 2026

Revised date: 17 June 2026

Accepted date: 30 June 2026

PENDAHULUAN

Sebagai negara dengan penganut agama Islam terbanyak secara global, Indonesia memiliki infrastruktur keagamaan yang masif dengan keberadaan lebih dari 800 ribu masjid yang menjangkau

berbagai wilayah nusantara.¹ Keberadaan masjid secara historis tidak sekadar berfungsi menjadi lokasi ibadah semata, tetapi turut berperan menjadi episentrum kemajuan budaya, pembelajaran, serta pengembangan masyarakat (community development). Sejak era Rasulullah SAW., masjid telah difungsikan sebagai sentra koordinasi sosial, politik, dan ekonomi umat Islam.²

Kendati demikian, pada masa kini yang sarat akan disrupsi teknologi serta dinamika sosial, institusi masjid dihadapkan pada problematika baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Tantangan utama tersebut adalah merosotnya angka partisipasi kalangan muda, terkhusus mereka yang tergolong dalam kelompok Generasi Z. Generasi Z, yang didefinisikan sebagai mereka yang terlahir dalam kurun waktu 1997 sampai 2012, merupakan kohort demografis yang berkembang di dalam teknologi yang serba terhubung. Mereka adalah generasi pertama yang tidak pernah mengenal kehidupan tanpa internet dan memiliki pola pikir, preferensi, serta kebutuhan yang secara signifikan berbeda dari generasi pendahulunya.

Data lapangan menunjukkan realitas yang mengkhawatirkan. Berbagai studi lokal mengungkapkan bahwa kurang dari 50 persen remaja terlibat aktif dalam program Dewan Kemakmuran Masjid (DKM). Observasi di berbagai masjid di Depok dan Bekasi juga mengindikasikan bahwa program masjid masih bersifat konvensional dan belum beradaptasi dengan perkembangan digital, sehingga gagal menarik minat Generasi Z. Fenomena ini oleh sebagian pengamat disebut sebagai "krisis regenerasi spiritual" yang apabila tidak ditangani secara sistematis, berpotensi menciptakan kekosongan dalam transmisi nilai-nilai keislaman antargenerasi.

Salah satu respons yang mulai berkembang di kalangan pengelola masjid progresif adalah pengembangan program non-ibadah, yaitu serangkaian kegiatan yang tidak bersifat ritual murni namun memiliki substansi nilai-nilai keislaman, seperti pelatihan kewirausahaan, literasi digital, kegiatan seni dan olahraga, serta layanan sosial komunitas. Beberapa masjid di Indonesia telah berhasil menjadikan program non-ibadah sebagai "jembatan" untuk menarik Generasi Z, kemudian secara bertahap menguatkan keterlibatan mereka dalam dimensi spiritual masjid.

Penelitian tentang manajemen masjid dan keterlibatan pemuda telah dilakukan oleh sejumlah akademisi. Widiawati, Wibisono, dan Busro (2024) dalam penelitiannya di Masjid Sejuta Pemuda Sukabumi menemukan bahwa inovasi program sosial dan kepemimpinan berbasis pemuda mampu mengubah masjid menjadi ruang inklusif yang relevan bagi kehidupan masyarakat modern. Studi dari Politeknik Negeri Jakarta (2025) mengenai pelatihan pemasaran digital untuk remaja masjid di Bekasi juga mengkonfirmasi bahwa intervensi berbasis kompetensi digital secara signifikan meningkatkan partisipasi dan rasa memiliki (sense of belonging) pemuda terhadap masjid.

Kendati demikian, gap penelitian masih teridentifikasi: belum terdapat kajian sistematis yang secara komprehensif mengintegrasikan analisis karakteristik Generasi Z, tipologi program non-ibadah, dan kerangka manajemen strategis masjid dalam satu kerangka analisis yang koheren. Penelitian yang ada masih bersifat parsial dan terfokus pada satu aspek saja.

Bertolak dari uraian sebelumnya, kajian ini difokuskan untuk menjawab pertanyaan inti berikut: Bagaimana strategi manajemen masjid yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan Generasi Z melalui program non-ibadah? Melalui metode kualitatif dengan pendekatan kajian pustaka (library research), studi ini diarahkan untuk: (1) mengidentifikasi karakteristik Generasi Z yang relevan dengan konteks partisipasi masjid; (2) mengkatalogkan dan menganalisis jenis-jenis program non-ibadah yang terbukti efektif; (3) merumuskan kerangka manajemen strategis yang dapat diimplementasikan oleh pengurus masjid; dan (4) mengidentifikasi faktor pendukung serta hambatan dalam pelaksanaan program non-ibadah.

¹ Kementerian Agama RI, *Direktori Masjid Indonesia* (Jakarta: Kemenag RI, 2022), hlm. 3.

² Nurcholish Madjid, "Masjid: Revitalisasi Fungsi Pusat Peradaban Islam," dalam *Karya Lengkap Nurcholish Madjid* (Jakarta: Nurcholish Madjid Society, 2019), hlm. 45–47.

Urgensi penelitian ini dapat dilihat dari dua dimensi. Pertama, dimensi teoritis: penelitian ini diharapkan memperkaya literatur manajemen dakwah dan sosiologi agama terkait dinamika institusi keagamaan dalam menghadapi perubahan demografis. Kedua, dimensi praktis: temuan studi ini diproyeksikan mampu berfungsi sebagai rujukan praktis bagi pengurus tempat ibadah, lembaga keagamaan, serta penentu kebijakan ketika merancang agenda yang responsif terhadap kebutuhan Generasi Z.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Masjid: Konsep dan Perkembangan

Manajemen masjid secara konseptual merujuk pada penerapan prinsip-prinsip ilmu manajemen modern dalam pengelolaan institusi masjid agar pencapaian target-target masjid dapat terlaksana dengan baik dan terukur. Mengacu pada Furqon dan Ghozali (2025), manajemen masjid yang baik mencakup empat fungsi inti: tahapan penyusunan rencana (planning), pembagian struktur tugas (organizing), penggerakan program (actuating), hingga pengawasan (controlling) yang kesemuanya diarahkan pada kemakmuran masjid dan kesejahteraan jamaah.³

Dalam perspektif historis Islam, masjid telah mengalami transformasi fungsi yang dinamis. Pada masa awal Islam di Madinah, masjid berfungsi lebih dari sekadar fasilitas untuk menunaikan shalat, melainkan juga bertindak sebagai poros pemerintahan, pengadilan, pusat edukasi, maupun ruang koordinasi militer. Nurcholish Madjid mencatat bahwa revitalisasi fungsi masjid sebagai pusat peradaban memerlukan pemahaman komprehensif tentang dimensi kesejarahan dan sosio-kultural masjid dalam masyarakat Muslim.⁴

Pada tataran kontemporer, penelitian Furqon dan Ghozali (2024) dalam konteks transformasi manajemen masjid mengidentifikasi empat elemen kunci keberhasilan: (1) struktur organisasi yang adaptif; (2) transparansi keuangan berbasis syariah; (3) penggunaan teknologi digital; dan (4) partisipasi aktif komunitas.⁵ Penelitian Widiawati, Wibisono, dan Busro (2024) menambahkan dimensi inovasi sosial, di mana masjid yang berhasil menarik partisipasi generasi muda adalah yang mampu mengintegrasikan layanan sosial kreatif ke dalam struktur manajemennya.

Suyuti dan Fitriani (2022) dalam studi mereka menekankan pentingnya peningkatan kapasitas pengurus masjid (capacity building) sebagai prasyarat keberhasilan program masjid modern.⁶ Hal ini sejalan dengan temuan Fahrudin dan Hyangsewu (2022) yang menunjukkan bahwa manajemen masjid berbasis teknologi informasi signifikan meningkatkan efisiensi administrasi dan akuntabilitas kepada publik.⁷

Penelitian Abdullah, Fahrudin, dan Faqihuddin (2024) tentang pelatihan manajemen masjid modern di Kabupaten Pangandaran menegaskan bahwa koordinasi strategis yang melibatkan tim-tim khusus di berbagai tingkatan sangat penting untuk implementasi program yang efektif. Kolaborasi dengan entitas seperti pemimpin agama, universitas, dan organisasi lain juga merupakan aspek kunci yang perlu diperhatikan dalam pengelolaan masjid modern.⁸

Karakteristik Generasi Z

³ Mochammad Busyro Nurul Furqon dan Solchan Ghozali, "ABCD-Based Al-Banjari Training to Strengthen the Islamic Character of the Young Generation," *Journal of Research and Community Service*, Vol. 2, No. 1 (2025), hlm. 2.

⁴ Madjid, *Masjid: Revitalisasi Fungsi*. hlm. 46.

⁵ Furqon dan Ghozali, "Improving Mosque Management: Strategies Towards A Center For Islamic Activities," *Journal of Research and Community Service*, Vol. 2, No. 1 (2024), hlm. 1.

⁶ M. Suyuti dan A. Fitriani, "Peningkatan Kapasitas Pengurus Masjid," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol. 4 (2022), hlm. 5.

⁷ F. Fahrudin dan P. Hyangsewu, *Manajemen Pengelolaan Masjid Berbasis Teknologi Informasi*, *Jurnal Abmas*, Vol. 22, No. 2 (2022), hlm. 65.

⁸ M. Abdullah, Fahrudin, dan A. Faqihuddin, *Modern Mosque Management Training in Pangandaran District: Strengthening the Existence*, *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat* (2024), hlm. 3.

Generasi Z atau sering disebut "Gen Z" adalah kohort demografis yang lahir antara tahun 1997 dan 2012. Mereka adalah generasi yang tumbuh dalam lingkungan yang sepenuhnya terhubung secara digital dan dicirikan oleh serangkaian karakteristik yang membedakannya dari generasi sebelumnya.

Pertama, kompetensi dan ketergantungan digital. Generasi Z lahir ke dalam dunia yang sudah dilengkapi dengan internet, media sosial, dan telepon pintar, menjadikan mereka penduduk asli dunia digital (digital natives) sejati. Mereka menggunakan teknologi secara intuitif dan menjadikan platform digital sebagai sarana utama untuk mengakses informasi, membangun relasi, dan mengekspresikan identitas. Survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) menunjukkan bahwa 51,9 persen Generasi Z Indonesia mengakses Instagram secara aktif.

Kedua, kepedulian sosial yang tinggi. Chang dan Chang (2023) dalam penelitian mereka tentang dampak disrupsi digital terhadap sikap Generasi Z menemukan bahwa generasi ini menunjukkan kepedulian tinggi terhadap isu-isu keadilan sosial, perubahan iklim, dan keberlanjutan. Karakteristik ini sebenarnya merupakan peluang strategis bagi masjid, karena nilai-nilai Islam yang menekankan keadilan sosial (al-'adalah), kepedulian terhadap sesama (al-muru'ah), dan tanggung jawab kolektif (fard kifayah) dapat beresonansi kuat dengan kepedulian sosial Generasi Z.

Ketiga, preferensi terhadap autentisitas dan ekspresi identitas. Berbeda dari generasi sebelumnya, Generasi Z cenderung kritis terhadap formalisme dan lebih menghargai pengalaman yang autentik dan bermakna. Mereka tidak hanya ingin menjadi konsumen pasif dari program yang dirancang oleh generasi yang lebih tua, tetapi juga ingin berpartisipasi aktif dalam perancangan program tersebut.

Keempat, orientasi pada pengembangan diri. Penelitian tentang karakteristik Generasi Z di dunia kerja menunjukkan bahwa mereka sangat menghargai kesempatan belajar dan pengembangan keterampilan. Implikasinya, program masjid yang menawarkan pengembangan kompetensi konkret (literasi digital, kewirausahaan, public speaking) cenderung lebih menarik bagi Generasi Z daripada program yang bersifat instruktif searah.

Kelima, fluiditas antara ruang online dan offline. Generasi Z tidak memisahkan identitasnya antara dunia digital dan dunia fisik; keduanya merupakan kontinum dari satu pengalaman hidup yang utuh. Oleh karena itu, strategi keterlibatan yang mengintegrasikan dimensi daring dan luring (hybrid engagement) akan lebih efektif dalam menjangkau mereka.

Program Non-Ibadah sebagai Strategi Keterlibatan

Program non-ibadah dalam konteks masjid merujuk pada serangkaian kegiatan yang melampaui dimensi ritual formal (shalat, pengajian, tilawah Al-Qur'an), namun tetap berakar pada nilai-nilai dan etika Islam. Thoha, Qisom, dan Al-Qarni (2021) mendefinisikan program non-ibadah masjid sebagai program optimalisasi ruang publik masjid untuk kegiatan-kegiatan yang memiliki dampak sosial, ekonomi, dan kultural bagi komunitas di sekitar masjid.

Faizal et al. (2023) mengkategorikan peran sosio-ekonomi masjid ke dalam beberapa dimensi: (1) masjid sebagai pusat ekonomi umat melalui pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) produktif; (2) masjid sebagai pusat pelatihan dan pengembangan keterampilan; (3) masjid sebagai ruang layanan sosial komunitas; dan (4) masjid sebagai inkubator kewirausahaan berbasis syariah.⁹

Dalam konteks keterlibatan pemuda, Perks dan Haan (2011) dalam penelitian seminal mereka tentang keterlibatan religius pemuda dan partisipasi komunitas dewasa menemukan bahwa pemuda yang terlibat aktif dalam kegiatan berbasis komunitas—termasuk dalam institusi keagamaan—cenderung memiliki tingkat partisipasi komunitas yang lebih tinggi di masa dewasa.¹⁰ Temuan ini

⁹ M. A. Faizal et al., *Peran Masjid Sebagai Tempat Kegiatan Sosial Ekonomi Masyarakat*, Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis, Vol. 6, No. 1 (2023), hlm. 125.

¹⁰ T. Perks dan M. Haan, *Youth Religious Involvement and Adult Community Participation: Do Levels of Youth Religious Involvement Matter?* Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Vol. 40, No. 1 (2011), hlm. 110.

menegaskan implikasi jangka panjang dari program non-ibadah masjid yang berhasil menarik keterlibatan Generasi Z.

METODE PENELITIAN

Penulisan ini mengaplikasikan metode penelitian kualitatif yang ditopang oleh desain tinjauan pustaka sistematis (*systematic literature review*). Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bersifat analitis-deskriptif, yaitu memetakan, mensintesis, dan menginterpretasikan temuan dari berbagai sumber literatur yang relevan untuk membangun kerangka pemahaman yang komprehensif tentang topik yang dikaji.

Sumber data penelitian ini terdiri atas dua kategori. Pertama, sumber primer, meliputi artikel-artikel jurnal ilmiah bereputasi yang dipublikasikan dalam kurun waktu 2019–2025, dengan penekanan pada publikasi dalam lima tahun terakhir (2020–2025). Sumber-sumber ini diakses melalui basis data Google Scholar, ResearchGate, DOAJ (Directory of Open Access Journals), dan portal jurnal kampus-kampus di Indonesia. Kedua, sumber sekunder, meliputi buku-buku teks manajemen masjid dan sosiologi agama, laporan lembaga, prosiding seminar nasional, serta dokumen resmi Kementerian Agama dan Badan Pusat Statistik RI.

Kriteria inklusi literatur yang digunakan mencakup: (1) relevansi topik dengan manajemen masjid, Generasi Z, dan/atau program non-ibadah; (2) publikasi dalam jurnal ilmiah bereputasi atau buku akademik; (3) menggunakan metodologi penelitian yang jelas dan dapat dipertanggungjawabkan; dan (4) diterbitkan dalam rentang waktu 2011–2025, dengan beberapa pengecualian untuk sumber klasik yang memiliki relevansi teori tinggi. Kriteria eksklusi meliputi: (1) artikel yang tidak memiliki afiliasi lembaga yang jelas; (2) blog, opini media, atau sumber tidak terverifikasi; dan (3) artikel duplikat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tahapan: (1) identifikasi kata kunci pencarian (manajemen masjid, Generasi Z, program non-ibadah, youth mosque engagement, mosque management strategy, Islamic youth participation); (2) pencarian di basis data yang relevan; (3) penyaringan berdasarkan kriteria inklusi-eksklusi; (4) pembacaan abstrak untuk seleksi awal; dan (5) pembacaan penuh untuk analisis mendalam.

Analisis data dilakukan melalui teknik content analysis (analisis isi) dan thematic analysis (analisis tematik). Analisis isi digunakan untuk mengidentifikasi dan mengkategorikan informasi dari setiap sumber literatur, sementara analisis tematik digunakan untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar-temuan dari berbagai sumber. Hasil analisis kemudian disintesis untuk menghasilkan proposisi-proposisi teoritis dan rekomendasi praktis yang menjawab pertanyaan penelitian.

Untuk memastikan keabsahan temuan, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan mencocokkan temuan dari satu sumber dengan sumber-sumber lain yang membahas topik yang sama. Apabila terdapat konsistensi temuan di antara beberapa sumber independen, temuan tersebut dianggap lebih kuat dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Manajemen Masjid dalam Konteks Kontemporer

Berdasarkan sintesis literatur yang telah dilakukan, manajemen masjid yang efektif di era kontemporer mengharuskan transformasi dari model manajemen tradisional yang bersifat hirarkis dan monofungsional menuju model manajemen modern yang adaptif, inklusif, dan multidimensional. Temuan ini konsisten dengan yang diungkapkan oleh beberapa penelitian.

Furqon dan Ghozali (2024) menegaskan bahwa keberhasilan transformasi manajemen masjid ditopang oleh empat pilar utama. Pertama, struktur organisasi yang adaptif, yakni struktur yang mampu merespons perubahan lingkungan sosial dan demografis secara cepat. Kedua, transparansi keuangan berbasis syariah, yang membangun kepercayaan jamaah dan menarik donasi lebih luas. Ketiga,

penggunaan teknologi digital dalam administrasi dan komunikasi. Keempat, partisipasi aktif komunitas dalam proses pengambilan keputusan program.¹¹

Penelitian Widiawati, Wibisono, dan Busro (2024) di Masjid Sejuta Pemuda Sukabumi menemukan bahwa keberhasilan masjid tersebut dalam menarik keterlibatan pemuda tidak terlepas dari sistem manajemen kelembagaannya yang terstruktur, dengan kepemimpinan kolektif, transparansi distribusi dana, dan keterlibatan aktif jamaah sebagai kunci pengembangan program ekonomi dan sosial.¹² Masjid ini bahkan mengembangkan program unik seperti "Masjid Ramah Musafir," "Dapur Gratis," dan "Masjid Ramah Kucing" sebagai upaya menciptakan ruang inklusif yang relevan bagi kehidupan masyarakat modern.

Dari Masjid Raya Bintaro Jaya (MRBJ), sebuah masjid urban yang menjadi contoh transformasi manajemen masjid terkemuka, terdapat temuan bahwa kesuksesan manajemen tidak terlepas dari implementasi fungsi Baitul Maal yang terstruktur. Melalui program Bank Infaq, MRBJ memberikan pinjaman modal kerja tanpa bunga (qardhul hasan) kepada UMKM, dan hingga akhir 2024 telah membantu lebih dari 1.450 UMKM dengan dana bergulir lebih dari Rp5,2 miliar. Model ini membuktikan bahwa masjid dapat berfungsi sebagai lembaga keuangan mikro yang efektif sekaligus menarik keterlibatan pemuda melalui program-program produktif.

Riset Abdullah, Fahrudin, dan Faqihuddin (2024) tentang pelatihan manajemen masjid modern di Pangandaran menekankan bahwa koordinasi strategis yang melibatkan tim-tim khusus di berbagai tingkatan, serta kolaborasi dengan lembaga pendidikan, pemimpin agama, dan organisasi kemasyarakatan, merupakan aspek kunci dalam membangun ekosistem masjid yang berkelanjutan.¹³

Pola Ketidakterlibatan Generasi Z di Masjid

Sebelum merumuskan strategi, perlu dipahami terlebih dahulu akar penyebab menurunnya keterlibatan Generasi Z di masjid. Berdasarkan sintesis literatur, setidaknya terdapat lima faktor utama yang mengkondisikan fenomena ini.

Pertama, relevansi program yang rendah. Widiawati, Wibisono, dan Busro (2024) mencatat bahwa ketika pemuda semakin menjauh dari masjid, terdapat kekosongan dalam regenerasi nilai-nilai spiritual dan sosial di tingkat komunitas yang dalam jangka panjang dapat melemahkan kohesi masyarakat. Akar masalah ini sering kali terletak pada ketidakmampuan program masjid untuk merespons kebutuhan dan minat konkret Generasi Z.

Kedua, pendekatan komunikasi yang tidak sesuai. Observasi di berbagai masjid di Depok dan Bekasi mengindikasikan bahwa program masjid masih bersifat konvensional dan belum beradaptasi dengan perkembangan digital. Program komunikasi yang masih mengandalkan pengumuman lisan dan papan pengumuman fisik tidak mampu menjangkau Generasi Z yang aktivitas informasinya terpusat di platform digital.

Ketiga, struktur partisipasi yang pasif dan hierarkis. Generasi Z, dengan karakteristik orientasi pada pengembangan diri dan keinginan untuk dilibatkan secara aktif, cenderung menghindari struktur organisasi yang bersifat top down dan tidak memberikan ruang bagi ekspresi kreativitas dan inisiatif mereka. Ketika remaja masjid diperlakukan sebagai pelaksana keputusan generasi yang lebih tua bukan sebagai mitra perancangan program maka rasa keterikatan (sense of belonging) mereka akan melemah.

Keempat, stigma sosial dan stereotip negatif. Dalam sebagian konteks sosial di Indonesia, masjid masih dipersepsikan sebagai ruang yang eksklusif, kaku, dan tidak ramah bagi anak muda yang memiliki gaya hidup modern. Stigma ini, meskipun tidak selalu mencerminkan realitas, berpengaruh pada keputusan Generasi Z untuk terlibat atau menjauh dari masjid.

¹¹ Furqon dan Ghozali, *Improving Mosque Management*, hlm. 1.

¹² Widiawati, Wibisono, dan Busro, *Innovative Mosque Management*, hlm. 206–208.

¹³ Abdullah, Fahrudin, dan Faqihuddin, "Modern Mosque Management Training," hlm. 4.

Kelima, keterbatasan fasilitas dan infrastruktur. Banyak masjid, terutama di daerah pedesaan, memiliki keterbatasan fasilitas yang diperlukan untuk menyelenggarakan program non-ibadah yang menarik bagi Generasi Z, seperti koneksi internet yang memadai, ruang multifungsi, dan peralatan teknologi.

Program Non-Ibadah yang Efektif untuk Generasi Z

Dari sintesis berbagai penelitian, setidaknya terdapat lima kategori program non-ibadah yang terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan Generasi Z di masjid:

1) Program Literasi Digital dan Teknologi

Program ini merupakan salah satu yang paling relevan dengan karakteristik Generasi Z sebagai digital natives. Penelitian dari Politeknik Negeri Jakarta (2025) menunjukkan bahwa pelatihan pemasaran digital untuk remaja masjid di Bekasi berhasil meningkatkan partisipasi dan keterlibatan pemuda secara signifikan. Modul pelatihan yang mencakup promosi produk, pembuatan konten digital, pemilihan waktu unggah konten di media sosial, serta keamanan internet terbukti diminati oleh peserta dari berbagai latar belakang usia, pendidikan, dan pengalaman berorganisasi.

Masjid Al-Jauhar Yasfi, yang menjadi lokasi penelitian tersebut, menggunakan pendekatan digital marketing training sebagai "pintu masuk" bagi pemuda untuk terlibat dalam pengelolaan masjid. Strategi ini efektif karena menawarkan nilai instrumental yang langsung dirasakan oleh peserta (keterampilan yang dapat digunakan untuk pengembangan karier), sekaligus membangun keterlibatan mereka dalam ekosistem masjid.

2) Program Kewirausahaan dan Pemberdayaan Ekonomi

Masjid sebagai pusat ekonomi umat memiliki potensi besar untuk mengembangkan program kewirausahaan yang menarik bagi Generasi Z, yang oleh berbagai penelitian diidentifikasi memiliki jiwa wirausaha (entrepreneurial spirit) yang kuat. Studi di Masjid Raya Bintaro Jaya menemukan bahwa program Bank Infaq yang memberikan akses permodalan tanpa bunga kepada UMKM tidak hanya berdampak ekonomi, tetapi juga memperkuat rasa keterlibatan dan kepemilikan komunitas terhadap masjid.

Mahendra dan Ainulhaq (2023) dalam studi mereka tentang optimalisasi Posdaya (Pos Pemberdayaan Keluarga) berbasis masjid di Yogyakarta menemukan bahwa pendekatan pemberdayaan komunitas terintegrasi yang mengaitkan program ekonomi, pendidikan, dan kesehatan berhasil mendekatkan pemuda dengan masjid.¹⁴ Program semacam ini relevan dengan karakteristik Generasi Z yang memiliki kepedulian tinggi terhadap dampak sosial (social impact) dari kegiatan yang mereka ikuti.

3) Program Seni, Budaya, dan Olahraga

Nugroho dan Lubis (2025) dalam studi mereka tentang strategi pemberdayaan pemuda masjid oleh BKPRMI (Badan Komunikasi Pemuda Remaja Masjid Indonesia) di Kota Medan menemukan bahwa inovasi melalui pengembangan kegiatan olahraga dan seni (musabaqah, turnamen futsal, festival seni Islami) secara nyata meningkatkan keterlibatan pemuda dalam berbagai¹⁵ kegiatan masjid. Kegiatan-kegiatan ini memenuhi kebutuhan Generasi Z akan ekspresi identitas dan pengalaman sosial yang menyenangkan (fun and meaningful experience).

Inovasi program BKPRMI yang dikaji oleh Maajid dan Faridah (2026) menunjukkan bahwa kombinasi antara pembinaan yang lebih partisipatif, penggunaan media digital, pengembangan kegiatan kreatif dan produktif, serta penyelenggaraan kegiatan sosial dan olahraga terbukti meningkatkan

¹⁴ Y. Mahendra dan N. Ainulhaq, "Optimalisasi Posdaya Berbasis Masjid Sebagai Pusat Pemberdayaan Masyarakat," *Jurnal Sosial Humaniora Sigli*, Vol. 6, No. 1 (2023), hlm. 215.

¹⁵ B. Nugroho dan S. Lubis, "BKPRMI's Mosque Youth Empowerment Strategy to Increase Social Participation in Medan City," *Jurnal BKPRMI* (2025), hlm. 3.

keterlibatan pemuda dalam berbagai kegiatan masjid.¹⁶ Pendekatan multi-jalur ini penting karena Generasi Z merupakan kelompok yang heterogen dengan minat dan preferensi yang beragam.

4) Program Layanan Sosial dan Aksi Kemanusiaan

Karakteristik kepedulian sosial yang tinggi pada Generasi Z menjadikan program-program layanan sosial berbasis masjid sebagai magnet keterlibatan yang kuat. Program seperti bakti sosial, penggalangan dana untuk korban bencana, pemberdayaan anak yatim, dan program ketahanan pangan berbasis komunitas mampu menyentuh nilai-nilai sosial yang menjadi prioritas Generasi Z.

Masjid Sejuta Pemuda di Sukabumi mengembangkan program "Dapur Gratis" (free kitchen) yang menyediakan makanan bagi masyarakat yang membutuhkan. Program ini tidak hanya berdampak sosial secara langsung, tetapi juga menarik keterlibatan pemuda yang ingin berkontribusi pada isu ketimpangan sosial di sekitar mereka. Pendekatan ini selaras dengan nilai-nilai Islam tentang zakat, infak, dan sedekah, sehingga program non-ibadah ini sesungguhnya memiliki resonansi spiritual yang kuat.

5) Program Pendidikan Non-Formal dan Pengembangan Karakter

Siklus program berbasis masjid yang menghubungkan khutbah dengan program masjid, monitoring, dokumentasi, dan pelaporan. Melalui pendekatan ini, masjid berfungsi tidak sekadar sebagai tempat ceramah, tetapi sebagai titik awal gerakan sosial yang terukur. Program-program seperti pelatihan kepemimpinan (leadership training), kajian kontemporer yang membahas isu-isu terkini dengan pendekatan Islam, debat intelektual, dan mentoring karier merupakan jenis program yang mampu memenuhi kebutuhan Generasi Z akan pengembangan diri secara holistik.

Faktor Pendukung dan Penghambat

Berdasarkan sintesis literatur, implementasi program non-ibadah yang efektif untuk Generasi Z dipengaruhi oleh sejumlah faktor pendukung dan penghambat:

1). Faktor Pendukung:

-Pertama, kepemimpinan masjid yang visioner dan adaptif. Penelitian Widiawati, Wibisono, dan Busro (2024) mengidentifikasi bahwa kepemimpinan kolektif dan inklusif merupakan faktor determinan dalam keberhasilan program inovatif masjid.¹⁷ Pemimpin masjid yang terbuka terhadap perubahan, responsif terhadap kebutuhan generasi muda, dan memiliki kompetensi manajemen modern cenderung menghasilkan ekosistem masjid yang lebih dinamis.

- Kedua, dukungan teknologi digital. Sutono dan Risyan (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi sistem informasi manajemen masjid signifikan meningkatkan efisiensi dan jangkauan komunikasi program.¹⁸ Platform media sosial, website masjid, dan aplikasi manajemen masjid memungkinkan pengelola untuk berkomunikasi secara efektif dengan Generasi Z di ruang-ruang digital yang mereka huni.

Ketiga, kemitraan lintas sektor. Kolaborasi antara masjid, lembaga pendidikan, pemerintah, dan organisasi kemasyarakatan menciptakan ekosistem yang lebih kuat bagi program non-ibadah. Kemitraan ini tidak hanya memperluas sumber daya finansial dan non-finansial yang tersedia, tetapi juga meningkatkan legitimasi dan jangkauan program.

Keempat, keterlibatan pemuda dalam perancangan program (youth co-design). Penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan aktif pemuda dalam proses perencanaan program—bukan

¹⁶ Q. Maajid dan F. Faridah, "Innovation Program of the Indonesian Mosque Youth Communication Agency in Increasing the Participation of Mosque Youth," *Suluah Pasaman*, Vol. 4, No. 2 (2026), hlm. 158.

¹⁷ Widiawati, Wibisono, dan Busro, "Innovative Mosque Management," hlm. 208.

¹⁸ A. M. Sutono dan R. M. Risyan, "Digitalisasi Sistem Informasi Manajemen Masjid Modern," *INFOTECH Journal*, Vol. 9, No. 1 (2023), hlm. 5.

sekadar pelaksanaan—meningkatkan rasa kepemilikan dan komitmen jangka panjang mereka terhadap masjid.

Faktor Penghambat:

- Pertama, resistensi terhadap perubahan dalam manajemen masjid tradisional. Sejumlah pengurus masjid yang berusia lebih tua cenderung mempertahankan pola pengelolaan konvensional dan ragu untuk mengalokasikan sumber daya bagi program non-ibadah yang dianggap di luar "inti" fungsi masjid.
- Kedua, keterbatasan kapasitas sumber daya manusia. Tidak semua masjid memiliki pengurus yang memiliki kompetensi manajemen program, literasi digital, dan pemahaman tentang karakteristik Generasi Z. Kekurangan sumber daya manusia yang kompeten merupakan hambatan struktural yang signifikan.
- Ketiga, kendala keuangan. Banyak masjid, terutama yang tidak memiliki basis jamaah besar, menghadapi keterbatasan anggaran yang menghambat penyelenggaraan program non-ibadah yang memerlukan fasilitas dan teknologi memadai.
- Keempat, kurangnya data dan evaluasi berbasis bukti. Mayoritas pengelola masjid saat ini masih belum menerapkan mekanisme pengawasan serta evaluasi program kerja yang rapi dan terencana. Kondisi tersebut mengakibatkan timbulnya kesulitan dalam mengukur indikator keberhasilan suatu kegiatan, sekaligus menghambat proses perbaikan strategi untuk menarik minat kaum muda ke depannya.

Model Strategis Berbasis Temuan

Berdasarkan sintesis temuan dari berbagai sumber, penelitian ini merumuskan sebuah Model Strategis Manajemen Masjid untuk Keterlibatan Generasi Z (MS-MKG) yang terdiri dari empat komponen inti yang saling berkaitan:

Kepemimpinan Transformatif (Transformative Leadership): Pengurus masjid perlu mengembangkan kepemimpinan yang visioner, inklusif, dan adaptif. Ini meliputi rekrutmen dan pemberdayaan pemuda dalam struktur kepengurusan masjid (bukan sekadar dalam wadah "remaja masjid" yang terpisah), pengembangan kompetensi manajerial pengurus, dan adopsi model kepemimpinan partisipatif yang memberikan ruang bagi suara Generasi Z dalam pengambilan keputusan.¹⁹

Ekosistem Program Non-Ibadah (Non-Worship Program Ecosystem): Masjid perlu mengembangkan portofolio program non-ibadah yang beragam dan saling melengkapi. Program-program ini sebaiknya dirancang berdasarkan pemetaan kebutuhan aktual Generasi Z di komunitas sekitar masjid, bukan berdasarkan asumsi semata. Portofolio program yang ideal mencakup kombinasi dari lima kategori yang telah diidentifikasi sebelumnya: literasi digital, kewirausahaan, seni-budaya-olahraga, layanan sosial, dan pendidikan non-formal.

Infrastruktur Digital Terintegrasi (Integrated Digital Infrastructure): Masjid perlu membangun dan mengelola infrastruktur digital yang mencakup kehadiran aktif di media sosial yang digunakan oleh Generasi Z (Instagram, TikTok, YouTube), sistem manajemen informasi masjid yang digital, platform komunikasi dua arah dengan jamaah muda, serta dokumentasi dan distribusi konten program secara daring.²⁰

Jaringan Kemitraan Strategis (Strategic Partnership Network): Masjid perlu membangun dan mengelola jaringan kemitraan yang mencakup lembaga pendidikan (sekolah, perguruan tinggi), pemerintah lokal, dunia usaha dan industri, organisasi kemasyarakatan, serta lembaga-lembaga

¹⁹ Widiawati, Wibisono, dan Busro, "Innovative Mosque Management," hlm. 205

²⁰ Emeilia et al., "Optimizing the Role of Adolescents," hlm. 4–5.

keislaman lainnya. Jaringan ini berfungsi sebagai sumber daya, legitimasi, dan jangkauan bagi program non-ibadah masjid.

SIMPULAN

Penelitian ini telah mengkaji secara sistematis strategi manajemen masjid dalam meningkatkan keterlibatan Generasi Z melalui program non-ibadah. Berdasarkan analisis dan sintesis terhadap berbagai sumber literatur ilmiah, terdapat beberapa kesimpulan utama yang dapat ditarik.

Pertama, penurunan keterlibatan Generasi Z di masjid bukan semata-mata cerminan dari melemahnya religiusitas generasi ini, melainkan lebih merupakan refleksi dari kegagalan institusi masjid dalam beradaptasi dengan karakteristik dan kebutuhan spesifik generasi baru. Generasi Z sebagai kelompok digital natives yang memiliki kepedulian sosial tinggi, preferensi terhadap autentisitas, dan kebutuhan akan pengembangan diri, memerlukan pendekatan engagement yang berbeda secara kualitatif dari generasi sebelumnya.

Kedua, program non-ibadah terbukti secara empiris sebagai instrumen strategis yang efektif dalam menjembatani jarak antara Generasi Z dan institusi masjid. Lima kategori program yang teridentifikasi literasi digital, kewirausahaan dan pemberdayaan ekonomi, seni-budaya-olahraga, layanan sosial dan aksi kemanusiaan, serta pendidikan non-formal dan pengembangan karakter masing-masing menawarkan "pintu masuk" yang berbeda bagi Generasi Z dengan minat yang beragam.

Ketiga, keberhasilan program non-ibadah tidak bersifat otomatis, melainkan bergantung pada kerangka manajemen yang tepat. Model Strategis Manajemen Masjid untuk Keterlibatan Generasi Z (MS-MKG) yang diusulkan dalam penelitian ini mengidentifikasi empat pilar yang saling menopang: kepemimpinan transformatif, ekosistem program non-ibadah, infrastruktur digital terintegrasi, dan jaringan kemitraan strategis.

Keempat, revitalisasi masjid sebagai pusat peradaban masyarakat di era kontemporer tidak berarti mengorbankan fungsi spiritual dan ritual masjid. Sebaliknya, program non-ibadah yang dirancang dengan baik dapat menjadi "jembatan" yang membawa Generasi Z ke dalam ekosistem masjid secara holistik, sekaligus memperkuat resonansi nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka sehari-hari.

SARAN

Berdasarkan temuan dan kesimpulan penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada berbagai pemangku kepentingan:

Bagi Pengurus Masjid: (1) Melakukan pemetaan kebutuhan dan minat Generasi Z di komunitas sekitar masjid sebagai basis perancangan program; (2) Mengintegrasikan pemuda (termasuk Generasi Z) dalam struktur kepengurusan inti masjid, bukan hanya dalam wadah remaja masjid yang terpisah; (3) Mengalokasikan anggaran khusus untuk program non-ibadah dan pengembangan infrastruktur digital masjid; (4) Membangun sistem monitoring dan evaluasi program yang terstruktur dan berbasis data.

Bagi Pemerintah dan Kementerian Agama: (1) Mengembangkan kurikulum pelatihan manajemen masjid yang memasukkan modul tentang keterlibatan generasi muda dan pengembangan program non-ibadah; (2) Menyediakan dukungan teknis dan finansial bagi masjid yang mengembangkan program non-ibadah inovatif; (3) Membentuk platform pertukaran praktik baik (best practices sharing) antar masjid secara nasional.

Bagi Akademisi dan Peneliti: (1) Melakukan penelitian lapangan (field research) yang menggunakan metodologi kuantitatif atau mixed-methods untuk mengukur secara empiris efektivitas berbagai jenis program non-ibadah; (2) Mengembangkan instrumen pengukuran "keterlibatan Generasi Z di masjid" yang valid dan reliabel; (3) Melakukan studi komparatif antar masjid dengan profil yang berbeda untuk mengidentifikasi faktor-faktor kontekstual yang memoderasi efektivitas program.

REFERENSI

- Kementerian Agama RI,(2022). *Direktori Masjid Indonesia* (Jakarta: Kemenag RI)hlm. 3.
- Nurcholish Madjid,(2019). *Masjid: Revitalisasi Fungsi Pusat Peradaban Islam," dalam Karya Lengkap Nurcholish Madjid* (Jakarta: Nurcholish Madjid Society), hlm. 45–47.
- Mochammad Busyro Nurul Furqon dan Solchan Ghozali,(2025). *ABCD-Based Al-Banjari Training to Strengthen the Islamic Character of the Young Generation*, Journal of Research and Community Service, Vol. 2, No. 1, hlm. 2.
- Madjid, *Masjid: Revitalisasi Fungsi*, hlm. 46.
- Furqon dan Ghozali,(2024). *Improving Mosque Management: Strategies Towards A Center For Islamic Activities*,. Journal of Research and Community Service, Vol. 2, No. 1, hlm. 1
- M. Suyuti dan A. Fitriani,(2022). *Peningkatan Kapasitas Pengurus Masjid*. Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol. 4, hlm. 5.
- F. Fahrudin dan P. Hyangsewu, (2022).*Manajemen Pengelolaan Masjid Berbasis Teknologi Informasi*, Jurnal Abmas, Vol. 22, No. 2 , hlm. 65.
- M. Abdullah, Fahrudin, dan A, (2024). Faqihuddin, *Modern Mosque Management Training in Pangandaran District: Strengthening the Existence*, PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat , hlm. 3.
- M. A. Faizal et al.,(2023). *Peran Masjid Sebagai Tempat Kegiatan Sosial Ekonomi Masyarakat*, Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis, Vol. 6, No. 1 , hlm. 125.
- T. Perks dan M. Haan,(2011). *Youth Religious Involvement and Adult Community Participation: Do Levels of Youth Religious Involvement Matter?* Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, Vol. 40, No. 1, hlm. 110.
- Furqon dan Ghozali, "*Improving Mosque Management*," hlm. 1.
- Widiawati, Wibisono, dan Busro, "*Innovative Mosque Management*," hlm. 206–208.
- Abdullah, Fahrudin, dan Faqihuddin, "*Modern Mosque Management Training*," hlm. 4.
- Y. Mahendra dan N. Ainulhaq,(2023). "*Optimalisasi Posdaya Berbasis Masjid Sebagai Pusat Pemberdayaan Masyarakat*," Jurnal Sosial Humaniora Sigli, Vol. 6, No. 1, hlm. 215
- B. Nugroho dan S. Lubis,(2025). "*BKPRMI's Mosque Youth Empowerment Strategy to Increase Social Participation in Medan City*," Jurnal BKPRMI, hlm. 3.
- Q. Maajid dan F. Faridah, (2026)."*Innovation Program of the Indonesian Mosque Youth Communication Agency in Increasing the Participation of Mosque Youth*," Suluah Pasaman, Vol. 4, No. 2 , hlm. 158.
- Widiawati, Wibisono, dan Busro, "*Innovative Mosque Management*," hlm. 208.
- A. M. Sutono dan R. M. Risyan, (2023). "*Digitalisasi Sistem Informasi Manajemen Masjid Modern*," INFOTECH Journal, Vol. 9, No. 1, hlm. 5.
- Widiawati, Wibisono, dan Busro, "*Innovative Mosque Management*," hlm. 205
- Emeilia et al., "*Optimizing the Role of Adolescents*," hlm. 4–5.
- Abdullah, Fahrudin, dan Faqihuddin, "*Modern Mosque Management Training*," hlm. 4.

