

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Masjid adalah fondasi utama perkembangan umat Islam sejak awal. Masjid berfungsi sebagai pusat kegiatan ibadah dan muamalah bagi umat muslim, kegiatan beribadah mempunyai pandangan luas, bukan hanya sebagai tempat beribadah saja, melainkan juga untuk segala kegiatan yang membawa kemaslahatan dunia dan akhirat, seperti kegiatan sosial dan budaya. Semua hal tersebut bisa dilakukan karena masjid berperan sebagai pusat dari masyarakat.

Di zaman sekarang, masjid memiliki sebuah organisasi atau manajemen yang berperan penting agar dalam pelaksanaannya bisa terorganisir dan teratur agar tercapainya suatu keinginan dalam menarik minat jamaah melalui kegiatan-kegiatan yang dijalankan masjid tersebut. Manajemen pada awalnya berkembang di bidang bisnis, industri, dan militer. Pada perkembangan selanjutnya manajemen juga sangat dibutuhkan dan bermanfaat untuk masjid.<sup>1</sup>

Prinsip manajemen diharapkan dapat bermanfaat untuk kepentingan umum, keberadaan manajemen akan terjamin tercapainya kepentingan umum, mengingat manajemen bermula pada kerja sama unit organisasi termasuk orang-orang yang ada di dalam organisasi tersebut. Tujuan organisasi manajemen dibutuhkan dalam

---

<sup>1</sup> Wajdi Wajdi, "MANAJEMEN PENGURUS MASJID DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN KEAGAMAAN MASJID NURUL AMIN KOTA KENDARI," *Al-Munazzam: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Manajemen Dakwah* 2, no. 1 (2022): 104–14.

rangka untuk mencapai tujuan organisasi atau dengan kata lain manajemen bertujuan pada suatu tujuan yang ingin dicapai.

Manajemen dalam masjid memiliki peran penting dalam mengatur setiap kegiatan agar setiap kegiatan bisa berjalan secara terorganisir dan teratur, sehingga mencapai suatu tujuan untuk menarik minat jamaah, dengan menerapkan fungsi-fungsi manajemen. Manajemen strategi adalah gambaran besar untuk menentukan tujuan organisasi yang dapat mengolah sumber dayanya secara efektif. Dalam melakukan sebuah perbuatan atau tindakan perlu adanya sebuah strategi yang ditetapkan untuk tercapainya sebuah sasaran atau tujuan yang akan dicapai.

Masjid Hasanuddin Madjedie bukan sekedar melayani jamaah untuk melaksanakan salat berjamaah 5 waktu saja, tetapi juga ada kegiatan yang diselenggarakan dalam rangka menarik minat jamaahnya. Kegiatan yang dijalankan masjid tersebut melalui kegiatan dakwah maupun kegiatan sosial. Kegiatan dakwah yang dijalankan di masjid Hasanuddin Madjedie antara lain pengajian mingguan yang diselenggarakan setiap hari senin setelah salat maghrib, subuh kamis, hari kamis setelah magrib, hari sabtu setelah magrib dan subuh di hari minggu. Kegiatan sosial yang dijalankan di masjid Hasanuddin Madjedie antara lain, mengadakan buka puasa sunnah senin dan kamis, sarapan bersama setelah pengajian pada subuh sabtu bersama jamaah, santunan dhuafa dan menyelenggarakan puskesmas gratis hari minggu.

Pada paparan latar belakang diatas penulis menetapkan untuk membuat skripsi yang berjudul **“Manajemen Strategi Masjid Hasanuddin Madjedie Dalam Menarik Minat Jamaah Tahun 2025”**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan oleh penulis tentang Masjid Hasanuddin Madjedie maka masalah yang akan dibahas pada penelitian ini akan berhubungan dengan Manajemen Strategi Masjid Hasanuddin dalam menarik minat jamaah, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana manajemen strategi masjid Hasanuddin Madjedie dalam menarik minat jamaah tahun 2025?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam menarik minat jamaah?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diambil peneliti maka tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui manajemen strategi apa yang dilakukan masjid dalam menarik minat jamaah di Masjid Hasanuddin.
2. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam menarik minat jamaah di masjid Hasanuddin Madjedie.

## D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat yaitu:

1. Secara teoritis, penelitian dengan judul Manajemen Strategi Masjid Hasanuddin Madjedie tahun 2025, antara lain: dari hasil penelitian ini maka bisa digunakan sebagai contoh untuk masjid-masjid lain dalam langkah untuk menarik minat jamaahnya.

2. Secara praktis, diinginkan penelitian ini bisa membantu dalam pemikiran terutama kepada masjid Hasanuddin Madjedie dalam merumuskan langkah untuk menarik minat jamaah yang ada di Masjid Hasanuddin Madjedie.

## E. Definisi Operasional

### 1. Manajemen Strategi

Manajemen strategi tentu saja diterapkan pada setiap organisasi dalam suatu kegiatan. Begitu pula manajemen strategi juga digunakan pada masjid Hasanuddin Madjedie dalam menarik minat jamaah. Menurut Pearce II dan Robinson, manajemen strategi ialah kumpulan dan aktivitas yang menimbulkan *formulasi* dan *implementasi* rencana-rencana yang dibuat untuk mencapai suatu tujuan organisasi.<sup>1</sup> Wheelen mengatakan, manajemen strategi adalah serangkaian putusan-putusan dan langkah manajerial yang menuju pada penyusunan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan dengan menggunakan analisis SWOT.<sup>2</sup> maka dari itu penulis berfokus pada manajemen strategi formulasi dan implementasi dan juga menganalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambatnya. Pada penelitian ini meneliti tentang bagaimana manajemen strategi Masjid Hasanuddin Madjedie Banjarmasin dalam menarik minat jamaah tahun 2025 dan mengetahui faktor pendukung maupun penghambatnya.

---

<sup>1</sup> Eddy Yunus, *Manajemen Strategis* (Penerbit Andi, 2016).

<sup>2</sup> Ibid.

## 2. Minat Jamaah

Minat adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan seseorang karena adanya dorongan (motivasi) dalam bertindak atau berbuat sesuai arah minatnya. Menarik minat jamaah agar terus datang ke masjid bukan hanya untuk menjalankan ibadah sholat 5 waktu melainkan untuk hal yang lain atau mengikuti kegiatan yang dilaksanakan di Masjid Hasanuddin Madjedie termasuk sebagian besar jamaah yang tertarik untuk ke masjid tersebut. Dalam menarik minat jamaah masjid kegiatan yang dijalankan masjid Hasanuddin Madjedie ini berpengaruh seperti kegiatan pengajian, buka puasa sunnah senin dan kamis, santunan dhuafa, puskesmas gratis, sarapan bersama hari minggu pagi dan membagikan nasi bungkus gratis untuk jamaah setelah shalat zuhur. Namun penulis membatasi hanya melakukan penelitian terkait dengan manajemen strategi masjid dan juga minat jamaah terhadap kegiatan yang dilaksanakan oleh masjid.

## F. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian yang ditulis oleh Zjulpi Andriansyah berjudul “Manajemen strategi pengembangan kegiatan dakwah di masjid Al-Muslimin Pahoman kota Bandar Lampung.” Persamaan dari penelitian ini yaitu membahas tentang manajemen strategi dan juga sama menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini mengarah kepada pengembangan akan tetapi penelitian yang ditulis peneliti ini berfokus pada bagaimana manajemen strategi masjid dalam menarik minat jamaah.

2. Skripsi yang ditulis oleh Sunartik. K. yang berjudul “Manajemen strategi pengurus masjid H.M Asyik dalam meningkatkan kuantitas jamaah di JL. Pettarani Kota Makassar.” Perbedaan dari penelitian ini, karena penelitian terdahulu mengarah kepada bagaimana meningkatkan kuantitas jamaah akan tetapi peneliti lebih mengarah manajemen strategi menarik minat jamaah.
3. Penelitian yang lakukan oleh Sri Wahyuni yang berjudul “Strategi manajemen masjid dalam meningkatkan kenyamanan jamaah pada masjid Al Azhar Center Pare-pare. Perbedaan dari penelitian ini, penelitian terdahulu ingin mengetahui cara meningkatkan kenyamanan jamaah, namun penelitian yang dilakukan penulis untuk bagaimana cara menarik minat jamaah Masjid Hasanuddin Madjedie.

## **G. Sistematika Penulisan**

BAB I PENDAHULUAN, yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, signifikansi penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR, memuat tentang Pengertian Manajemen Strategi, Analisis SWOT, Pengertian Masjid, Pengertian Minat, dan Kerangka pikir.

BAB III METODE PENELITIAN, yang memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, pengolahan dan analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, yang berisi Hasil penelitian dan pembahasan

BAB V PENUTUP, bab ini berisi simpulan dan rekomendasi.