

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Secara etimologis komunikasi berasal dari bahasa latin *communication, communis* yang artinya sama. Sama disini yaitu sama makna atau sama arti. Dalam hal ini komunikasi terjadi jika terdapat kesamaan makna dalam memaknai pesan-pesan komunikasi, baik itu dari komunikator maupun komunikan. Sedangkan secara terminologis komunikasi diartikan sebagai proses menyampaikan sebuah pesan oleh orang A kepada orang B atau orang lainnya. Jadi secara partisipatif, manusialah yang menjadi pelaku komunikasi disini.³¹ Adapun pendefinisian komunikasi menurut beberapa tokoh adalah sebagai berikut:

Wilbur Schramm mendefinisikan komunikasi sebagai saling berbagi informasi, gagasan atau sikap. Jika kita mengadakan komunikasi itu berarti kita mencoba membagikan informasi... agar si penerima maupun si pengirim sepaham atas suatu pesan tertentu.³² Sementara itu, Colin Cherry, dalam karyanya *On Human Communication* (1957) pada dasarnya komunikasi adalah suatu proses, di mana pihak-pihak peserta saling menggunakan informasi, dengan tujuan untuk mencapai pengertian bersama yang lebih baik mengenai masalah yang penting bagi semua pihak yang bersangkutan.³³ Sosiolog terkenal bernama Joseph S. Roucek and Roland L. Waren dalam bukunya *Sociology An Introduction* menjelaskan bahwa *Communication is the process of transmitting facts, beliefs, attitudes, emotional reactions, or any other content of awareness between human*

³¹ Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, Cet. 7 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2008). hal: 3-4.

³² S. M. Siahaan, *Komunikasi: Pemahaman dan Penerapannya* (Jakarta, Indonesia: BPK Gunung Mulia, 1990).Hal: 3

³³ Kincaid D. Lawrence and Schram, Wilbur, *Asas-Asas Komunikasi Antarmanusia* (Bandung: PT Pustaka LP3ES Indonesia, 2010), <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/24842/asas-asas-komunikasi-antar-manusia-cet-1.html>. Hal: 49

*beings*³⁴. Selanjutnya William Albig dalam bukunya berjudul *Public Opinion* menyebutkan *Communication is the process of transmitting meaningful symbols between individuals*". Komunikasi adalah proses pengoperan lambang-lambang yang penuh arti antar individu.³⁵

Carl I. Hovland dalam bukunya *Social Communication* menegaskan bahwa komunikasi adalah proses bilamana seorang individu (komunikator) mengoper *stimulants* (biasanya lambang kata-kata) untuk mengubah tingkah laku individu lainnya (komunikan).³⁶ Pandangan lain dari Joseph De Vito bahwa komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan (noise), terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik.³⁷ Lain halnya Harold Laswell, komunikasi diartikan sebagai suatu proses yang menjelaskan "siapa", "mengatakan apa", "dengan saluran apa", "kepada siapa", dan "dengan akibat apa" atau "hasil apa" (*who says what in which channel to whom and with what effect*). Weaver pun mendefinisikan komunikasi sebagai seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut disimpulkan bahwa komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media untuk mendapatkan respon balik. Tujuan komunikasi adalah untuk menyatakan dan mendukung identitas diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang di sekitar kita, dan untuk mempengaruhi orang lain untuk merasa, berpikir, atau berperilaku seperti yang kita inginkan untuk memberikan perubahan

³⁴ Roucek et al., *Sociology: An Introduction* (Paterson: New Jersey : Littlefield Adams., 1963). Hal: 279.

³⁵ Siahaan, *Komunikasi*. Hal: 3

³⁶ Siahaan. Hal: 3

³⁷ Joseph A Devito, *Komunikasi Antarmanusia* (Jakarta: Kuliah Dasar Profesional Books, 1997). Hal: 23.

terhadap sikap, perubahan pendapat, perubahan perilaku, serta dapat memberikan perubahan sosial.³⁸

Laswell dalam pandangannya menjelaskan komunikasi memiliki unsur-unsur yang saling berkaitan meliputi, komunikator (*source*), komunikan (*receiver*), pesan (*message*), saluran komunikasi (*channel*), umpan balik (*feedback*) dan gangguan yang tak terduga (*noise*). Secara lebih sederhana, unsur-unsur tersebut pernah dikemukakan oleh Aristoteles bahwa unsur-unsur pokok dalam proses komunikasi adalah komunikator, komunikan dan pesan. Pendapat Aristoteles ini sekaligus menunjukkan bahwa persoalan komunikasi selalu meliputi siapa mengatakan apa kepada siapa.

Oleh karena itu, kita harus memilih siapa yang paling tepat mengatakan, siapa yang paling layak mendengarkan, pesan apa yang paling aktual untuk disampaikan, sedangkan metode, teknik dan cara menyampaikan pesan dalam proses komunikasi hanya merupakan pilihan yang bersifat kontekstual.³⁹ Pada program pemberdayaan ekonomi masyarakat, pengurus takmir khususnya lembaga UPZ Masjid Agung Kota Kediri (*communicator*) ikut terlibat langsung dalam proses komunikasi antar pengurus maupun dengan mustahiq dan muzzaki (*communican*). Para pengurus dan audiens selain berkomunikasi langsung ketika bertemu juga sering memanfaatkan alat bantu berupa *handphone* untuk memudahkan dalam berinteraksi dan koordinasi satu dengan yang lainnya.

2. Perencanaan Komunikasi

Perencanaan dapat dimaknai sebagai suatu usaha yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang secara sadar dan terus-menerus untuk mencapai suatu tujuan tertentu.⁴⁰ Perencanaan dapat dikatakan sebagai suatu rencana operasional yang digunakan agar dapat mencapai tujuan. Sedangkan perencanaan komunikasi, pada hakikatnya dapat

³⁸ Deddy Mulyana, *Ilmu komunikasi: Suatu Pengantar*, Cetakan keempatbelas (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya, 2010).Hal: 4.

³⁹ Alo Liliweri, *Komunikasi Antarpribadi* (Bandung: Citra Aditya Bakti., 1997).Hal: 278.

⁴⁰ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017). Hal: 28.

diartikan sebagai suatu usaha atau rencana untuk menyampaikan pesan atau informasi agar dapat mencapai tujuan tertentu. Dalam menentukan perencanaan, terdapat beberapa tipe perencanaan yaitu perencanaan berdasarkan substantif, perencanaan berdasarkan tingkatannya, perencanaan berdasarkan ruang lingkup, perencanaan berdasarkan sistem desain, perencanaan berdasarkan lingkup teritorial, perencanaan berdasarkan jangka waktu, serta perencanaan alternatif.

Dalam menentukan perencanaan komunikasi, Takmir Masjid Agung Kota Kediri menerapkan salah satu dari beberapa tipe-tipe perencanaan komunikasi tersebut. Dalam rencana mensosialisasikan program pemberdayaan ekonomi kepada masyarakat, Takmir Masjid Agung Kota Kediri menerapkan tipe perencanaan komunikasi berdasarkan lingkup teritorial, dengan membagi jangkauan wilayahnya menjadi beberapa wilayah yang masing-masing wilayahnya dikelola oleh koordinator wilayah dengan tujuan untuk mempermudah koordinasi antar wilayah. Menentukan perencanaan komunikasi merupakan suatu awal sederhanan dalam mencapai komunikasi yang efektif.

3. Strategi Komunikasi

Strategi berasal dari bahasa Yunani “Stratagos”, (“Stratos” maknanya militer dan qag maknanya memimpin) yang berarti “generalship” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) strategi merupakan suatu ilmu dan seni menggunakan semua sumber daya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu dalam perang dan damai atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.⁴¹ Secara umum strategi didefinisikan sebagai cara mencapai tujuan.⁴² Harudi dalam bukunya menjelaskan bahwa strategi merupakan tahapan awal dari proses untuk meraih sesuatu dan kebanyakan hal

⁴¹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, Ke-3 (Jakarta: Erlangga, 2012). hal: 1092.

⁴² Hamali, *Pemahaman Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*. Hal: 16

ini sudah pernah dilakukan pada setiap individu maupun organisasi. Pandangan lain juga disampaikan oleh Sofjan Asauri bahwa strategi dianggap suatu hal yang penting dalam mencapai tujuan harus dilakukan dengan langkah-langkah untuk mengkomunikasikan apa yang hendak dikerjakan, melalui siapa dan bagaimana cara mengerjakannya hingga hal tersebut perlu dikomunikasikan kepada siapa saja.⁴³

Sedangkan komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin *communication, communis* yang artinya sama. Sama disini adalah sama makna atau sama arti. Komunikasi akan terjadi jika terdapat kesamaan makna dalam memaknai pesan-pesan komunikasi, baik itu dari komunikator maupun komunikan.⁴⁴ Sedangkan secara terminologis komunikasi diartikan sebagai proses menyampaikan sebuah pesan oleh orang A kepada orang B atau orang lainnya. Maka dapat disimpulkan strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan untuk mengelola proses penyampaian pesan tersebut tepat sasaran sesuai dengan yang diinginkan.

Onong Effendi menjelaskan strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Middleton menambahkan bahwa strategi komunikasi adalah kolaborasi terbaik dari setiap elemen-elemen komunikasi, mulai dari komunikator, komunikan, pesan, saluran (*media*), sampai kepada pengaruhnya (*effect*) dalam mencapai tujuan komunikasi yang efektif.

Kesadaran bagi setiap orang baik sebagai individu atau kelompok organisasi, baik organisasi sosial atau organisasi bisnis tentang tujuan yang hendak dicapai akan berubah. Suatu usaha untuk mencapai tujuan tersebut dan sebuah usaha-usaha yang mengerahkan pada penyampaian tujuan disebut strategi. Suatu strategi harus efektif dan jelas karena ia mengerahkan organisasi pada tujuannya untuk itu konsep suatu strategi

⁴³ Suhardi, *Pengantar Manajemen* (Yogyakarta: Gava Media, 2018). Hal. 26.

⁴⁴ Yusuf Zainal Abidin, *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, Dan Aplikasi* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2015). Hal: 102.

harus memperhatikan faktor-faktor penetapan strategi, diantaranya kondisi lingkungan sosial, lingkungan organisasi dan kepemimpinan.⁴⁵

Dalam menjalankan suatu strategi diperlukan adanya beberapa tahapan dalam menjalankan sebuah strategi, diantaranya perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Tujuan sentral strategi komunikasi adalah untuk memberikan pemahaman (*to secure understanding*), menetapkan penerimaan (*to establish acceptance*), untuk memberikan motivasi (*to motivate action*).

Penelitian ini ingin mengulas lebih jauh lagi tentang strategi komunikasi apa yang dipakai oleh pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi masyarakat, seperti apa langkah-langkah efektifnya, dan tentunya tujuan dari adanya program tersebut itu sudah terealisasi dan tepat sasaran atau belum.

4. Analisis SWOT

Penelitian ini menggunakan model analisis SWOT untuk menganalisis faktor-faktor penghambat dan pendukung dihadapi pengurus takmir masjid terkait dengan program pemberdayaan ekonomi masyarakat. Pearce dan Robinson menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah bagian dari proses manajemen strategik perusahaan atau instansi yang bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan utama perusahaan. Kelemahan dan kekuatan utama tersebut dibandingkan dengan peluang dan ancaman luar sebagai landasan untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi. Analisis SWOT merupakan model analisis untuk mengukur *Strengths* (kekuatan – kekuatan yang dimiliki), *Weakness* (kelemahan – kelemahan yang ada), *Opportunities* (peluang – peluang yang bisa dimanfaatkan) dan *Threats* (ancaman – ancaman yang ditemui).⁴⁶ Analisis SWOT ini digunakan untuk memudahkan dalam menemukan faktor-faktor penghambat maupun pendukung dari perencanaan strategi komunikasi

⁴⁵ Siagian S.P, *Manajemen Modern*, Cetakan 2 (Jakarta: Masagung, 1994). Hal: 9.

⁴⁶ Hafied Cangara, *Perencanaan Dan Strategi Komunikasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2017). hal: 107.

yang dilakukan oleh Ta'mir Masjid Agung kota Kediri dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat di masa pandemi *Covid-19*.

Tabel 2. Diagram Matriks SWOT

INTERNAL/ EKSTERNAL	STRENGTH (S) Faktor-Faktor kekuatan internal	WEAKNESS (W) Faktor-Faktor kelemahan internal
OPPORTUNITY (O) Faktor-Faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATH (T) Faktor-Faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Dilihat dari tabel diatas, SWOT dibedakan menjadi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal komponen kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*), kedua komponen ini berkaitan erat dengan sumber daya dan manajemen yang ada di Pengurus Masjid Agung Kota Kediri dalam program pemberdayaan ekonomi masyarakat dimasa pandemi. Sedangkan faktor eksternal adalah komponen peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*), pada komponen - komponen ini banyak ditentukan oleh kemampuan organisasi atau suatu lembaga dalam berkomunikasi maupun dalam bekerja sama dengan pihak atau lembaga lain, tingkat kesadaran maupun partisipatif dari para muzzaki dan mustahiq.⁴⁷

5. Teori *Elaboration Likelihood Model (ELM)*

Model *Elaboration Likelihood* menjelaskan bagaimana orang memproses pesan serta bagaimana perubahan sikap dan perilaku dapat terjadi sebagai hasil dari proses tersebut. Model ini mengidentifikasi dua jalur pemrosesan yang mungkin terjadi ketika

⁴⁷ Ibid., hal: 109.

seorang menerima pesan persuasif yaitu melalui jalur pusat (*central route*) dan jalur belakang/samping (*pheriperal route*).

Devito mengemukakan bahwa komunikasi persuasif adalah suatu teknik yang dapat mempengaruhi pikiran manusia dengan cara memanfaatkan data dan fakta psikologis atau sosiologis pada komunikan yang ingin dipengaruhi.⁴⁸ Komunikasi persuasif merupakan suatu proses dengan tujuan untuk mengubah opini, perilaku, dan sikap. Dikarenakan persuasif, tingkat keberhasilan dipengaruhi oleh beberapa faktor yang berkaitan pada komponen-komponen komunikasi mulai dari, komunikator, pesan, saluran, hambatan, komunikan dan umpan balik. Keseluruhan komponen tersebut saling berkaitan satu dengan yang lain.

Secara prinsip komunikasi persuasif memiliki tujuan tersendiri dilihat dari pembicaraan persuasif itu sendiri. Pada prinsip tersebut memiliki keberhasilan mengubah sikap, mengajak sasaran persuasi, kepercayaan dalam membuat sesuatu sesuai kehendak persuader. Little John dan Jabusch menjelaskan empat prinsip dari persuasif meliputi:⁴⁹

1. Prinsip Pemaparan Selektif

Prinsip ini menyatakan bahwa audien secara aktif mencari informasi dari segala sumber yang mereka yakini kebenarannya dan pendengar secara pasif menghindari perbedaan informasi dengan berbekal kompetensi yang mereka peroleh.

2. Prinsip Partisipasi Khalayak

Berprinsip pada keikutsertaan atau partisipasi aktif akibat respon yang diterima oleh audien.

3. Prinsip Besaran Perubahan

Bahwa semakin penting dan semakin besar perubahan yang diinginkan oleh komunikan, maka tantangan yang dihadapi semakin besar dalam mencapai tujuannya.

4. Prinsip Inokulasi

⁴⁸ A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia*. Hal: 387.

⁴⁹ A. Devito. Hal: 447.

Prinsip ini menjelaskan tentang sasaran persuasif yang telah mengetahui komunikator dan menyiapkan argumen untuk menentang komunikator. Beranekaragamnya karakteristik komunikasi menjadi tantangan komunikator dalam mempertahankan argumentasinya untuk menyakinkan kepada komunikan.

Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi dari keefektivan komunikasi persuasif, diantaranya:⁵⁰

1. Kejelasan tujuan

Kejelasan tujuan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi komunikasi. Komunikator harus mampu memberikan gambaran yang jelas, singkat, padat agar mudah dalam menyamakan persepsi kepada komunikan.

2. Pemilihan strategi komunikasi yang tepat

Penentuan strategi komunikasi menjadi penting dalam menunjang komunikasi persuasif. Adapun faktor yang perlu diperhatikan meliputi aspek sosiologis, psikologis dari komunikan.

3. Memikirkan secara cermat audiensnya

Komunikator dituntut untuk peka dan bisa mengoptimalkan kompetensi pada dirinya dalam menganalisis lawan bicaranya atau audiensnya agar mudah dalam menyampaikan pesan persuasif.

Selain itu teknik komunikasi persuasif dalam membentuk suatu pesan yang akan dikomunikasikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan apa yang akan dikatakan, tapi perlu dijadikannya pemikiran adalah suatu pengelolaan pesan (*message management*). Pesan harus ditata pada pada khalayak (*communican*) yang akan dijadikan sasaran. Effendy⁵¹ menjelaskan mengenai teknik komunikasi

⁵⁰ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers, 2010). Hal: 217.

⁵¹ Effendy, *Ilmu, Komunikasi Teori Dan Praktek Komunikasi*. Hal: 21-24.

persuasif yang pertama dalam bukunya kemudian dalam bukunya komunikasi persuasi dan retorika⁵² diantaranya meliputi:

1. Teknik *Cognitive Dissonance*

Teknik ini menggunakan gejala-gejala yang ada dalam suatu kehidupan manusia. Umumnya komunikan akan cepat menerima persuasi karena dihadapkan langsung dengan kondisi kehidupan yang nyata.

2. Teknik *Asosiation*

Teknik yang dipakai dengan pemaparan pesan dengan menganalogikan dengan objek atau peristiwa yang bisa menarik perhatian audiens.

3. Teknik *Integrasi/Empathy*

Teknik dengan kemampuan membangun persepsi yang sama bahwa dirinya senasib.

4. Teknik *Payoff Idea*

Teknik yang lebih bersifat memberikan rasa pengharapan kepada audien.

5. Teknik *Fear Arousing*

Teknik yang lebih bersifat memberikan rasa takut kepada audien.

6. Teknik *Tataan/Icing*

⁵² Djoenaesih S. Sunarjo, *Komunikasi, Persuasi Dan Retorika* (Yogyakarta: Liberty, 1984). Hal: 35-39.

Teknik yang dilakukan dengan cara penyajian/penyampaian pesan dengan terstruktur agar mudah dipahami oleh lawan bicara.

7. Teknik *Red-Hearing*

Teknik *Red-Hearing* merupakan seni bagi seorang komunikator dalam meraih kemenangan melalui perdebatan dengan cara mengelakan argumentasi untuk melemahkan lawan bicara dan mengalihkannya sedikit demi sedikit melalui aspek yang telah dikuasainya setelah itu menjadikan senjata dalam menyerang lawan. Jadi teknik ini dilakukan pada saat komunikator dalam posisi terdesak.

Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri dalam menjalankan program pemberdayaan ekonomi masyarakat banyak bersinggungan dengan berbagai pihak, ada Pengurus Takmir Masjid, BAZNAS Kota Kediri, para muzzaki, munfiq, mutashadiq dan mustahiq. Pada teori ini, Carl Hovland menerangkan bahwa proses komunikasi persuasif tersebut harus terdapat tiga elemen penting yakni sumber pesan, isi pesan, dan audiens.

1. Sumber Pesan

Sumber pesan yang kredibel, kompeten dan memiliki daya tarik akan lebih efektif dalam mempengaruhi sikap dan perilaku audiens. Menurut De Vito, efektivitas komunikasi sangat ditentukan oleh sejauh mana seseorang mempunyai sikap: (1) keterbukaan; (2) empati; (3) merasa positif; (4) memberi dukungan; dan (5) merasa seimbang; terhadap makna pesan yang sama dalam komunikasi antarbudaya atau antaretnik.

Pengurus takmir melalui pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri atau komunikator atas terselenggaranya program pemberdayaan ekonomi masyarakat menjadi sangat penting sehingga dapat mempengaruhi masyarakat yang menjadi target dari program pemberdayaan ekonomi tersebut. Sebagian besar

Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri merupakan orang yang berpendidikan dan memiliki pengalaman dibidangnya sehingga dapat meningkatkan tingkat kepercayaan masyarakat yang menjadi sasaran dari program tersebut.

2. Isi Pesan

Isi pesan yang persuasif harus memiliki kualitas argumentasi yang baik dan relevan dengan audiens. Jika pesan itu kurang relevan, maka kemungkinan besar akan diabaikan oleh audiens. Oleh karena itu isi pesan sangat berpengaruh besar terhadap sukses tidaknya menjalankan kegiatan karena menyangkut banyak orang dituntut untuk memiliki persepsi yang sama untuk meraih suatu tujuan. Berbekal pengalaman serta didukung dengan kapasitas mumpuni dalam pengelolaan program pemberdayaan ekonomi masyarakat, Pengurus takmir melalui Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri tentunya mampu menjalankan program tersebut dengan optimal untuk mencapai tujuan yaitu membantu masyarakat yang tingkat ekonominya pas-pasan dengan harapan jangan sampai terlilit hutang karena kebutuhan hidup.

3. Audiens

Target audiens yang dituju harus dipertimbangkan dalam pesan persuasifnya, termasuk faktor lain seperti karakteristik demografi, latarbelakang, nilai-nilai dan sikap. Dalam program pemberdayaan ini yang menjadi target utama ialah para mustahiq. Pengurus Takmir masjid yang khususnya juga merangkap sebagai Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri juga harus memahami karakteristik, kebutuhan, serta apa yang dimau oleh mustahiq ini agar mampu mendorong berjalan lancarnya program pemberdayaan ekonomi guna mencapai tujuan yang diharapkan yakni jangan sampai terlilit hutang karena kebutuhan biaya hidup.

B. Masjid

1. Pengertian Masjid

Asal kata masjid dari bahasa Arab *sajada-yasjudusujud*-masjid, yang artinya tempat sujud. Sujud merupakan penggambaran dari berbagai bentuk ibadah pengabdian seorang muslim kepada Allah SWT. Pada masa Nabi Muhammad SAW, masjid memiliki peranan penting dalam perkembangan umat Islam. Di masa-masa awal kenabian, saat Rasulullah SAW masih tinggal di Makkah, beliau selalu mendirikan shalat di Masjidil Haram. Meskipun kaum Quraisy kerap menekan hingga menyiksanya, Rasulullah SAW istikamah shalat di Masjid.⁵³

Menurut Quraish Shihab dalam bukunya *Wawasan Al-Qur'an* dijelaskan bahwa masjid berasal dari kata *Sajada-Sujud*, salah satunya bermakna mengikuti maupun menyesuaikan diri dengan ketetapan Allah yang berkaitan dengan alam raya (Sunnatullah)⁵⁴ Sementara Sidi Gazalba dalam karyanya mendefinisikan masjid sebagai tempat atau bangunan yang dibangun khusus untuk beribadah seperti shalat, dzikir, membaca Al-Qur'an dan ibadah lainnya, terutama shalat jema'ah.⁵⁵ Masjid akan berfungsi dengan optimal jika diimbangi dengan pengelolaan yang baik oleh ta'mir serta dukungan dari jemaahnya.

2. Peran, Fungsi, dan Potensi Masjid

Dewasa ini banyak masjid sudah dikelola dengan cara yang lebih baik lagi sehingga secara langsung masyarakat dapat merasakan manfaatnya. Secara umum masjid berperan penting bagi perkembangan peradaban Islam. Jika dikaji secara mendalam, secara garis besar, peran penting masjid di tengah umat Islam meliputi tiga bidang utama, yaitu ibadah atau ubudiyah, tarbiyah (pendidikan), dan ijtima'iyah (sosial).

Dibidang Ubuddiyah, fungsi dan peran utama masjid adalah sebagai tempat ibadah, pusat aktivitas, dan pengembangan spiritualitas

⁵³ Ikhlilah Muzayyanah DF et al., *Pedoman Pengelolaan Masjid; Bersih, Suci, Dan Sehat* (Jakarta: Litbangdillat Kemenag RI Press, 2020). Hal: 9.

⁵⁴ Nana Rukmana, *Masjid Dan Dakwah*, Cet. 1 (Jakarta: Al-Mawardi Prima, 2002). hal: 8.

⁵⁵ Sidi Gazalba, *Masjid : Pusat Ibadat Dan Kebudayaan Islam* (Jakarta: Pustaka Al-husna, 1989). hal: 118.

umat. Islam menekankan bahwa ibadah-ibadah mahdhah, seperti shalat, zikir, dan tilawah Al-Qur'an lebih utama dilakukan di masjid. Diriwayatkan oleh Abu Hurairah, yang menyatakan bahwa seorang lelaki buta menjumpai Nabi Muhammad SAW dan berkata, "Wahai Rasulullah SAW, sungguh aku tidak memiliki seorang penuntun yang bisa menuntunku berjalan ke masjid." Kemudian ia memohon kepada Rasulullah SAW agar diberikan keringanan sehingga boleh shalat di rumahnya, lalu beliau membolehkannya. Ketika orang itu berpaling pergi, beliau memanggilnya dan berkata, "Apakah kamu mendengar azan shalat?" Ia menjawab, "Ya." Nabi bersabda, "Maka datangilah!" (Shahih Muslim No. 653, Sunan Abu Dawud No. 552, dan Sunan Ibnu Majah No. 792).

Pada bidang Tarbiyah, masjid berperan penting sebagai pusat pendidikan. Pada jaman Rasulullah, masjid banyak digunakan untuk sarana proses pembelajaran berbagai pengetahuan. Tradisi keilmuan muncul beragam dari adanya halaqah-halaqah yang dulu banyak diselenggarakan di masjid kemudian berkembang menjadi model pembelajaran yang lebih sistematis berupa madrasah, zawiyah, kuttah, dan jami'ah (Thibawi, 1972: 24). Rasulullah banyak memberi nasihat, petunjuk, dan ajaran kepada para sahabat saat berada di lingkungan masjid. Melalui forum-forum itulah masjid dinilai menjadi tempat yang strategis dalam menyebarkan ajaran Islam.

Selain peran Ubudiyah dan Tarbiyah, masjid juga berfungsi sebagai pusat pemberdayaan sosial (peran ijtima'iyah). Masjid pada jaman Rasulullah sangat memberikan manfaat bagi masyarakat sekitar. Segala persoalan sosial mampu diselesaikan dengan baik di masjid oleh Rasulullah. Sebagai contoh adalah masjid Jogokaryan yang mampu memberikan dampak baik bagi masyarakat. Mulai dari segi pendidikan, kesehatan, ekonomi dan sosial itu semua tidak terlepas dari peran

penting Takmir Masjid dalam mengoptimalkan peran dan fungsi masjid.⁵⁶

Begitu besarnya potensi masjid sehingga dalam hal ini masjid sangat berpotensi sekali dalam memberikan kemaslahatan dan dirasakan bagi semua lapisan masyarakat. Salah satu indikator keberhasilan dan kekurang peran dan fungsi masjid dapat diukur dengan seberapa jauh antusias masyarakat dalam menegakkan shalat berjama'ah. Lantas ini menjadi perhatian yang serius bagi para takmir masjid agar bisa mendorong masyarakat agar bersikap partisipasi aktif bukan hanya dalam ibadah ubudiyah saja melainkan aktif diberbagai kegiatan yang ada di masjid.

Adapun sumber daya yang menjadi potensi dilingkup masjid meliputi sumber daya manusia (insani), sumber daya yang bersifat fisik (*tangible*), sumber daya yang bersifat non-fisik (*intangibile*).⁵⁷ Maka segala sumber daya tersebut jika mampu dikelola dan dioptimalkan dengan baik akan membawa kemaslahatan bagi semua manusia. Karena posisinya yang sangat strategis dengan berbagai sumber dayanya, masjid Agung Kota Kediri dapat menjadi solusi mengatasi permasalahan yang selalu muncul dalam kehidupan sosial kemasyarakatan di Kota Kediri, terutama dalam masalah kesejahteraan ekonomi masyarakat.

3. Takmir Masjid: Peran, Fungsi, Tugas, dan Tanggungjawab

Ta'mir masjid adalah sekumpulan orang yang mempunyai kewajiban memakmurkan masjid. Takmir masjid juga dapat dimaknai sebagai kepengurusan masjid yang memiliki tugas dan tanggungjawab dalam memakmurkan masjid.⁵⁸ Sedangkan menurut Moh. Ayub takmir masjid atau pengurus masjid adalah mereka yang menerima amanah dari jamaah untuk memimpin dan mengelola masjid dengan baik dalam

⁵⁶ Ikhlilah Muzayyanah DF et al., *Pedoman Pengelolaan Masjid; Bersih, Suci, Dan Sehat*. Hal: 9-19

⁵⁷ Ahmad Sarwat, *Fiqh Kehidupan*, Jilid 12 (Jakarta: Rumah Fiqh Publising, 2012). hal: 53.

⁵⁸ Imam Al-Mawardi, *Al-Ahkam As-Sulthaniyyah : Hukum Penyelenggaraan Negara Dalam Syariat Islam* (Jakarta: Darul Falah, 2006). hal: 130.

rangka memakmurkan masjid.⁵⁹ Berdasarkan paparan tersebut dapat disimpulkan bahwa ta'mir masjid merupakan orang yang diberi amanah untuk mengelola masjid dengan baik supaya masjidnya makmur.

Kepengurusan takmir masjid umumnya terdiri dari dewan penasehat, ketua, sekretaris, bendahara dan bidang-bidang lain terkait dengan pengelolaan masjid. Pengurus masjid memiliki peran yang strategis dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya dalam mengelola masjid. Secara umum mengenai pengelolaan masjid dibagi menjadi 3 lingkup meliputi: 1). Pembinaan Idharah, 2). Pembinaan Imarah, dan 3). Pembinaan Ri'ayah.⁶⁰

Mengingat pentingnya peran seorang ta'mir dalam mengelola masjid, maka seorang ta'mir bukan orang biasa. Mereka adalah orang yang memiliki kapasitas tertentu dan mampu mengelola masjid dengan sebagaimana mestinya. Adapun beberapa kriteria penting menjadi ta'mir masjid meliputi: Beraqidah yang shohihah, memahami Al-Qur'an dan sunnah-sunnah nabi, berakhlak mulia, berilmu, berorientasi kedepan dan bersemangat dalam berdakwah.⁶¹ Takmir masjid Agung Kota Kediri merupakan pengelola masjid Agung yang ada di Kota Kediri, yang memiliki peran yang strategis dalam pengelolaan masjid agar bisa memberikan manfaat kepada masyarakat baik dari segi bidang ritual keagamaan, politik, ekonomi, sosial maupun kesehatan.

Menjadi takmir masjid merupakan pengalaman yang sangat berharga baik di dunia maupun di akhirat. Sebagai orang yang dipilih dan dipercaya oleh jama'ah, dia diharapkan pula dapat menunaikan tugasnya dengan baik dan penuh tanggung jawab dalam mengelola, mengoptimalan maupun memakmurkan masjid. Allah Subhaanahu wata'aala berfirman dalam surah At-Taubah ayat 18,

إِنَّمَا يَعْمُرُ مَسْجِدَ اللَّهِ مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَأَقَامَ الصَّلَاةَ وَءَاتَى الزَّكَاةَ وَلَمْ يَخْشَ إِلَّ اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُتَّقِينَ

⁵⁹ Mohammad E. Ayub and Dody Mardanus, *Manajemen Masjid : Petunjuk Praktis Bagi Para Pengurus*. hal: 11.

⁶⁰ Tim Penyusun, *Sejarah Masjid Agung Kota Kediri*.

⁶¹ Bidang Pemberdayaan Daerah & Kerjasama dalam Negeri, *Panduan Pengelolaan Masjid & Islamic Center* (Jakarta: Dewan Dakwah Islamiyah Indonesia, 2013). hal: 100-101

Artinya: " Hanya yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain kepada Allah, maka merekalah orang-orang yang diharapkan termasuk golongan orang-orang yang mendapat petunjuk".

Pada ayat ini dijelaskan bahwa orang yang memakmurkan masjid ialah orang yang senantiasa melaksanakan ibadah sholat dan menunaikan zakat di Masjid dan tidak takut selain kepada Allah Subhaanahu wata'aala. Seorang pengurus masjid memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengelola segala kegiatan yang diadakan di masjid. Dawud Syamsuri menerangkan takmir masjid adalah orang yang diberikan amanah untuk memakmurkan masjid. Untuk mencapai tujuan besar dalam memakmurkan masjid maka pengurus masjid harus mempunyai metode-metode dan program-program termasuk didalamnya mencari dan mengalokasikan sumber daya yang dimiliki dan mempunyai pimpinan yang bertanggung jawab atas keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.⁶² Diantara tugas dan tanggung jawab pengurus masjid adalah sebagai berikut :

1) Mengoptimalkan Peran dan Fungsi Masjid

Masjid yang tidak hanya tempat beribadah umat islam perlu dipelihara dengan baik dari berbagai aspek meliputi idharoh, imarah, riayah. Pengurus masjid memiliki peran yang strategi dalam mengoptimalkan ketiga aspek tersebut dengan sebaik-baiknya.

2) Mengatur Kegiatan

Salah satu indikator makmurnya masjid adalah aktifnya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh pengurus masjid. Sudah selayaknya sebagai pengurus masjid sekaligus pelayan masjid harus siap

⁶² H. Dawud Syamsuri, *Wawancara* (Kediri, 2022). Pada tanggal 15 Mei 2022 pukul 19.30 WIB di Perumahan BTN Rejomulyo Kota Kediri

menerima berbagai saran maupun masukan dari jema'ah demi kebaikan dan kenyamanan secara bersama.⁶³

4. Program-Program Kemasjidan

Program kemasjidan merupakan hasil dari penyusunan dalam mengelola masjid yang nantinya akan dilaksanakan oleh takmir masjid. Sebagai gambaran masjid terlihat makmur tidaknya atau berkembang tidaknya salah satunya dapat dilihat dari keaktifan program-program yang ada di masjid. Program kemasjidan yang unik dan menarik apalagi manfaatnya mampu dirasakan secara langsung oleh masyarakat sekitar, inilah hal yang didambakan para pengurus takmir dalam memakmurkan masjid. Dengan begitu, ketika kehadiran masjid bisa memberikan dampak yang positif bagi masyarakat dan akibatnya, masyarakatnya pun loyal kepada masjid, maka dengan ini segala permasalahan kehidupan bisa terminimalisir dengan baik.

Masjid Agung Kota Kediri sebagai masjid terbesar di Kediri memiliki beberapa program-program kemasjidan. Secara rohaniah ada kegiatan ibadah sholat rowatib, kuliah shubuh, pengajian rutin Ahad pagi, pengajian majlis ta'lim ibu-ibu, dan pengajian PHBI. Sedangkan secara jasmaniah ada program-program seperti pendidikan seni baca Al-Qur'an, jasa akad nikah, pengumpulan, pentasyarufan dan pemberdayaan zakat, infaq, dan shodaqoh (ZIS).⁶⁴

Lembaga Amil Zakat Masjid Agung Kota Kediri adalah salah satu lembaga kemakmuran dibawah naungan Takmir Masjid yang berfokus pada manajemen zakat, infaq, dan shodaqoh di lingkungan Masjid Agung Kota Kediri. Adanya peraturan undang-undang nomor 38 tahun 1999 tentang pengelolaan zakat dan demi upaya untuk terus mengoptimalkan program manajemen zakat, infaq, dan

⁶³ Ahmad Yani, *Panduan Memakmurkan Masjid: Kajian Praktis Aktivitas Masjid* (Jakarta: Pustaka Tarbiatuna, 2004), http://www.digilib.unipdu.ac.id/beranda/index.php?p=show_detail&id=4691. hal: 77.

⁶⁴ Tim Penyusun, *Sejarah Masjid Agung Kota Kediri*. hal: 176.

shodaqoh di Masjid Agung Kota Kediri pada tahun 2006 melalui keputusan Takmir Masjid Agung Kota Kediri membentuk Lembaga Amil Zakat Masjid Agung Kota Kediri dengan masa bhakti 3 tahun kepengurusan.

Pada perkembangan selanjutnya, terbitnya surat keputusan dari BAZNAS Kota Kediri nomor: 029/BAZNAS/V/2019 tentang Pengurus UPZ Masjid Agung Kota Kediri masa bhakti 2019/2021 yang kemudian mengubah status LAZ menjadi UPZ Masjid Agung Kota Kediri, namun secara taknis tetap menjadi lembaga kemakmuran dilingkungan Masjid Agung Kota Kediri.

C. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

1. Pengertian Pemberdayaan Ekonomi

Secara bahasa, kata pemberdayaan berasal dari bahasa Inggris, "*Empowerment*" yang artinya sebagai pemberkuasaan, dalam arti atau peningkatan "kekuasaan" (*power*) kepada yang masyarakat lemah beruntung.⁶⁵ Jim Ife memamparkan pemberdayaan merupakan penyediaan sumber daya, peluang, pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat untuk meningkatkan kapasitas mereka sehingga mereka bisa menemukan masa depan mereka yang lebih baik. Sementara menurut Gunawan Sumihadinigrat, pemberdayaan adalah cara untuk membangun daya yang dimiliki kaum dhuafa dengan memberikan motivasi dan meningkatkan kesadaran tentang potensi yang dimiliki mereka serta berupaya untuk mengembangkannya.⁶⁶ Melalui pemaparan diatas, secara ringkas pemberdayaan dapat dimaknai mengubah dari yang tidak mampu menjadi mampu atau mengubah dari yang tidak berdaya/ lemah menjadi berdaya/ kuat. Beberapa tahapan dalam proses pemberdayaan masyarakat menurut Wrihantnolo dan Dwidjowijoto sebagai berikut:

⁶⁵ Zubaedi, *Pengembangan Masyarakat*. Hal: 24.

⁶⁶ Gunawan Sumodiningrat, *Pembangunan Daerah Dan Pemberdayaan Masyarakat*, Cet. 1 (Jakarta: Bina Rena Pariwara, 1996). Hal: 165.

- a. Tahap Penyadaran merupakan bentuk pemberian penyadaran bahwa mereka mempunyai hak untuk mempunyai sesuatu, biasanya tahap ini dilakukan dengan proses pendampingan secara rutin maupun berkala.
- b. Tahap pengkapasitasan, merupakan tahapan memungkinkan masyarakat kurang mampu menjadi mampu dengan berbagai bentuk kegiatan seperti pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuannya dalam menjalani hidup.
- c. Tahap Pendayaan, tahap pemberian peluang yang sama sesuai dengan kapasitas atau kompetensi yang dimiliki.

Sedangkan kata ekonomi asal mulanya dari bahasa Yunani yakni *oikos* yang bermakna keluarga atau peraturan. Menurut KBBI kata ekonomi bermakna tata kehidupan perekonomian suatu negara. Sedangkan menurut Isnaini ekonomi diartikan dengan manajemen rumah tangga atau aturan rumah tangga.⁶⁷ Sedangkan pengertian masyarakat dalam penjelasan Paul B. Harton adalah sekumpulan manusia yang relatif mandiri yang hidup bersama dengan keberagaman latar belakang budaya disuatu wilayah tertentu.⁶⁸

Maka dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah usaha-usaha yang dilakukan untuk mendorong, memotivasi, dan meningkatkan kesadaran tentang potensi yang dimiliki masyarakat untuk mengatasi permasalahan tentang peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraan. Secara ringkasnya pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan pemilikan faktor-faktor produksi, penguatan penguasaan distribusi dan pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji/upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk memperoleh informasi, pengetahuan dan ketrampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari aspek masyarakatnya sendiri, maupun aspek kebijakannya.

⁶⁷ Isnaini Harahap, *The Handbook of Islamic Economics* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2016). Hal: 25.

⁶⁸ Bagja Waluya, *Sosiologi: Menyelami Sosial Di Masyarakat* (Jakarta: PT. Pribumi Mekar, 2009). Hal: 10.

Menurut Drijver dan Sajise, prinsip utama untuk mengembangkan pemberdayaan ekonomi masyarakat meliputi: 1). Pendekatan dari bawah, 2). Partisipasi, 3). Konsep keberlanjutan, 4). Keterpaduan, dan 5). Keuntungan sosial dan ekonomi.⁶⁹ Tujuan utama pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah untuk mendukung keterjaminan, kesempatan, keberdayaan melalui: 1). Pengembangan kualitas maupun kuantitas secara keberlanjutan, 2). Penguatan akuntabilitas dan inklusifitas masyarakat, 3). Peningkatan partisipasi secara luas, 4). Perluasan akses masyarakat terhadap informasi dan jaringan sosial, 5). Penyempurnaan pemerintah, lembaga, dan kebijakan pada skala lokal dan nasional.⁷⁰ Adapun konsep mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat menurut Hutomo dibidang ekonomi seperti:

- a. Bantuan Modal
- b. Bantuan Sarana dan Prasaran
- c. Bantuan Pendampingan
- d. Bantuan Kelembagaan
- e. Penguatan Kemitraan Usaha

Mengingat pentingnya peran, fungsi dan potensi yang ada di masjid Agung Kota Kediri, sebagai aktualisasi dari pengurus takmir, telah menyusun berbagai program kerja ataupun kegiatan yang dinilai sangat memberikan dampak yang besar bagi masyarakat disekitarnya. Melalui program pemberdayaan ekonomi masyarakat, sebagai contoh masjid Agung Kota Kediri diranah sosial telah lama menjalankan program zakat produktif dengan target agar masyarakat sekitar masjid yang awalnya kurang mampu, dibina, dididik, diberikan bantuan modal dalam menjalankan usahanya dengan harapan dapat hidup mandiri dan lebih sejahtera lagi.

2. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat dalam Islam

⁶⁹ Adon Nasrullah Jamaludin, *Sosiologi Perdesaan*, Cetakan 1 (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2015). Hal: 249.

⁷⁰ Edi Suharto, *Membangun Masyarakat, Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial Dan Pekerjaan Sosial* (Bandung: Refika Aditama, 2005). Hal: 2.

Pada jaman Nabi Muhammad SAW konsep tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat sudah dijalankan dalam kehidupan sehari-hari. Beliau memberikan contoh terkait prinsip keadilan, persamaan, dan partisipasi di tengah-tengah masyarakat. Sikap toleran yang hakiki telah diterapkan sejak pemerintahan Rasulullah SAW, sehingga mempunyai prinsip untuk selalu menghargai etos kerja, saling tolong-menolong bagi seluruh warga negara untuk melaksanakan ajaran-ajaran agama. Adanya persamaan dan kesempatan dalam berusaha maka tidak ada lagi kesenjangan ekonomi dan sosial antara yang satu dengan yang lain.⁷¹ Diantara prinsip-prinsip tersebut terdapat kaitan yang sangat erat sebagai berikut:

a. Prinsip Keadilan

Prinsip keadilan dalam Al-Qur'an disebutkan pada urutan ketiga terbanyak setelah kata Allah dan 'Ilm. Hal ini menunjukkan betapa nilai dasar ini memiliki bobot yang sangat dimuliakan dalam Islam. Keadilan berarti kebebasan bersyarat akhlak Islam yang jika diartikan dengan kebebasan yang tidak terbatas, akan menghancurkan tatanan sosial dalam pemberdayaan manusia.⁷² Firman Allah dalam (QS. Al-Hadid ayat: 25).

لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ الَّذِينَ مِنْ بَيْنِهِمْ هُوَ سُلْطَانٌ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ غَيْرِ

Artinya: “Sesungguhnya kami telah mengutus rasul-rasul kami dengan membawa bukti - bukti yang nyata dan telah kami turunkan bersama mereka Al-Kitab dan neraca (keadilan) supaya manusia dapat melaksanakan keadilan. Dan Kami ciptakan besi yang padanya terdapat kekuatan yang hebat dan berbagai manfaat bagi manusia, (supaya mereka mempergunakan besi itu) dan supaya Allah mengetahui siapa yang menolong (agama)Nya dan rasul-

⁷¹ Masykur Hakim, *Model Masyarakat Madani*, Cet. 1 (Jakarta: Intimedia, 2003). Hal: 16-18.

⁷² Muhamad, *Ekonomi mikro dalam perspektif Islam* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2004). Hal: 80-82.

rasul-Nya padahal Allah tidak dilihatnya. Sesungguhnya Allah maha kuat lagi maha perkasa" (QS. Al-Hadid ayat: 25).

Masyarakat muslim yang sesungguhnya adalah yang memberikan keadilan secara mutlak bagi seluruh manusia, menjaga martabat mereka dalam mendistribusikan kekayaan secara adil, memberikan kesempatan yang sama bagi mereka untuk bekerja sesuai dengan kemampuan dan bidangnya, memperoleh hasil kerja dan usahanya tanpa bertabrakan dengan kekuasaan orang-orang yang bisa mencuri hasil usahanya.⁷³

b. Prinsip Persamaan

Prinsip persamaan adalah prinsip yang berdiri di atas dasar akidah yang sama sebagai buah dari prinsip keadilan. Islam memandang tiap orang secara individu, bukan secara kolektif sebagai komunitas yang hidup dalam sebuah negara. Manusia dengan segala perbedaannya semua adalah hamba Allah, tidak ada perbedaan dalam kedudukan sebagai manusia, juga dalam hak dan kewajibannya. Bahkan setiap kebutuhan dasar manusia sudah diatur secara menyeluruh, berikut kemungkinan tiap orang untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sekunder dan tersiernya sesuai dengan kadar kesanggupan.⁷⁴

Dalam prinsip persamaan, tidak ada kelebihan sebagian atas yang lain dari segi asal dan penciptaan. Perbedaan hanyalah dari segi kemampuan, bakat, amal dan usaha, dan apa yang menjadi tuntutan pekerjaan dan perbedaan profesi Islam juga tidak mengukur hierarki status sosial sebagai perbedaan. Sebab yang membedakan adalah ukuran ketinggian derajat dari ketaqwaannya kepada Allah. Dengan demikian, semua manusia memiliki kesempatan yang sama untuk dapat berdaya.⁷⁵

c. Prinsip Tolong Menolong

⁷³ Muhammad Ali Al-Hasyimi, "Keadilan & Persamaan Dalam Masyarakat Muslim," *Islamhouse.Com*, 2009. Hal: 7.

⁷⁴ Taqyuddin An- Nabhani and Moh Maghfur Wachid, *Membangun Sistem Ekonomi Alternatif: Perspektif Islam* (Surabaya: Risalah Gusti, 2009). Hal: 52.

⁷⁵ Mohammad Irham, "Etos Kerja Dalam Perspektif Islam" Vol. 14, no. 1 (2012). Hal: 11

Tolong-menolong (*ta'awun*) menurut bahasa berasal dari bahasa Arab yang artinya berbuat baik. Sedangkan menurut istilah adalah suatu pekerjaan atau perbuatan yang didasari pada hati nurani dan semata-mata mencari ridho Allah Swt. Islam berhasil memberikan suatu penyelesaian yang praktis kepada permasalahan ekonomi modern dengan mengubah sifat masyarakatnya yang hanya mementingkan diri sendiri kepada sifat sebaliknya. Semua orang didorong untuk bekerja bersama-sama dalam menyusun suatu sistem ekonomi berdasarkan prinsip persamaan dan keadilan yang membentuk sebuah prinsip tolong menolong. Setiap individu menjadi unit yang berguna kepada semua pihak sehingga pemberdayaan masyarakat dapat menyebar lebih luas.⁷⁶

“Dan barang siapa memudahkan atas orang yang susah, Allah akan memudahkan atasnya di dunia dan akhirat. Allah senantiasa menolong hamba-Nya, selagi hamba itu mau menolong saudaranya” (H.R. Muslim).⁷⁷

Berikut orang-orang yang tidak mampu bekerja, maka Islam mewajibkan kepada sekitarnya untuk membantunya. Melakukan injeksi dana bagi masyarakat yang kurang terberdayakan, sebagai aplikasi dari kepedulian mereka, sebagai pihak yang memiliki kelebihan terhadap mereka yang kekurangan. Mulai dari anak-anaknya serta ahli warisnya, ataupun bila yang wajib menanggung tidak ada, maka orang yang terdekat yang mempunyai peran wajib dalam pemenuhan kebutuhannya.

⁷⁶ Afzalur Rahman et al., *Doktrin Ekonomi Islam*, [Ed. lisensi] (Yogyakarta: Dana Bhakti Wakaf, 1995). Hal: 74-75.

⁷⁷ Adib Susilo, “Model Pemberdayaan Masyarakat Perspektif Islam,” *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah* 1, no. 2 (October 22, 2016), <https://doi.org/10.22219/jes.v1i2.3681>. Hal: 205-206.