

## Komitmen Takmir Masjid Jogokariyan untuk Meningkatkan Perkonomian Umat melalui Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ)

Tien Suhartini<sup>1</sup>, Hasrudin<sup>2</sup>

Program Studi Manajemen, Universitas Boyolali

Email : [tienuummufarah10@gmail.com](mailto:tienuummufarah10@gmail.com)

### ABSTRAK

Sejak pemerintah Republik Indonesia memberlakukan pembatasan sosial skala besar (PSBB) pada awal tahun 2020, para pelaku ekonomi mengalami kesulitan untuk tetap mempertahankan bisnisnya. Dampak pandemi Covid-19 ini juga dirasakan oleh pelaku usaha UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) jamaah Masjid Jogokariyan. Dalam rangka kepedulian terhadap jamaah dan untuk meningkatkan taraf ekonomi jamaah di Masjid Jogokariyan, akhirnya takmir (pengelola) berinisiatif untuk membuat program Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ). PRJ ini membuka peluang bagi para pelaku bisnis pemula atau pemain lama yang terdampak Covid-19. Takmir menggunakan platform digital dan strategi bauran pemasaran (*Marketing mix*) dalam program ini.

Penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi ini, mengumpulkan data (*data collection*) menggunakan wawancara mendalam (*deep interview*), observasi (*observation*), dan dokumentasi (*documentation*). Adapun analisis data menggunakan analisis fenomenologi dari Creswell. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kebijakan takmir Masjid Jogokariyan dalam mengelola Program PRJ baik dari sudut manajemen sumberdaya manusia (SDM) maupun manajemen pemasaran. Sejumlah 27 orang berhasil kami temui dan memberikan informasi yang cukup untuk kami jadikan informan. Sebagai informan kunci (*key informan*) adalah ketua takmir Masjid Jogokariyan. Melalui beliau, kami diarahkan untuk mendapatkan informasi lain dari jamaah masjid, wisatawan, serta pemilik UMKM yang terlibat dalam program PRJ. PRJ saat itu menjadi program alternatif untuk mengatasi masalah ekonomi yang dialami oleh warga atau jamaah masjid Jogokariyan. Seiring berjalannya waktu, dan perekonomian sudah mulai relatif normal, PRJ sekarang berubah menjadi Pasar Ramadhan Jogokariyan yang tentu saja hanya ada di saat Bulan Ramadhan. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya pelaku UMKM, bisa dimulai dari masjid sebagai pusat kegiatan umat baik di bidang ekonomi, sosial, maupun spiritual. Komitmen yang kuat dari takmir Masjid Jogokariyan untuk meningkatkan kesejahteraan jamaahnya serta kolaborasi yang harmonis antara masjid dan pelaku UMKM ternyata mampu menjadikan masjid tidak hanya sebagai tempat badah, tetapi juga menjadi tempat bermuamalah.

**Kata kunci:** Takmir Masjid, Masjid Jogokariyan, Pasar Rakyat, Digital Marketing, Kebijakan Takmir Masjid.

## ***The Commitment of the Masjid Jogokariyan Management to Improve the Economy of the Community through the Jogokariyan People's Market***

### **ABSTRACT**

*Since the government of the Republic of Indonesia imposed large-scale of social distancing (pembatasan sosial berskala besar or PSBB) in early 2020, economic actors have had difficulty maintaining their businesses. The impact of the Covid-19 pandemic has also been felt by MSMEs (micro, small, and medium enterprises) of the Masjid Jogokariyan congregation (jamaah). In order to care for the jamaah and to improve the economic level of the jamaah at the Masjid Jogokariyan, finally the takmir (manager) took the initiative to create the Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ) which means Jogokariyan People's Market program. This PRJ opens up opportunities for new comer business actors or old players affected by Covid-19. Takmir began using digital platforms and marketing mix strategies.*

*This study used a qualitative method with a phenomenological approach, collected data using in-depth interviews, observations, and documentation. The data analysis used Creswell's phenomenological analysis. This study aims to determine the policies of the Masjid Jogokariyan administrators in managing the PRJ Program both from the perspective of human resource management (HRM) and marketing management. We managed to meet 27 people and provide sufficient information for us to use as informants. The key informant was the head of the Masjid Jogokariyan administrators. Through him, we were directed to obtain other information from masjid's jamaah, tourists, and MSME owners involved in the PRJ program. PRJ at that time was an alternative program to overcome economic problems experienced by residents or jamaah of the Masjid Jogokariyan. Over time, and the economy has started to return to normal, PRJ has now changed to the pasar Ramadhan Jogokariyan (Jogokariyan Ramadhan Market) which of course only exists during the month of Ramadan. The results of this study are that improving the economy of the community, especially MSMEs actors, can start from the mosque as the centre of community activities in the economic, social, and spiritual fields. The strong commitment of the Jogkariyan Mosque administrators to increase the welfare of their congregation and the harmonious collaboration between the mosque and MSMEs actors have proven to be able to make the mosque not only a place of worship, but also a place for muamalah (business).*

**Keywords:** *Takmir Masjid, Masjid Jogokariyan, People's Market, Digital Marketing, Masjid Administrators' Policies.*

## **I. PENDAHULUAN**

Istilah masjid berasal dari bahasa Arab yang termasuk *isim makan* (kata benda yang menunjukkan tempat) yang berasal dari kata *sajada* (sujud) sehingga diartikan tempat bersujud. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mengartikan masjid sebagai rumah atau bangunan tempat umat Islam beribadah. Di masjid inilah umat bisa meningkatkan hubungan spiritual dengan Penciptanya yang dikenal dengan ibadah, di mana ibadah adalah tujuan hidup setiap muslim (Taufik Hidayat, 2020).

Pada zaman Rasulullah SAW, masjid berfungsi sebagai tempat beribadah, syiar agama Islam, dan juga sarana untuk meningkatkan kegiatan sosial. Masjid juga dikenal sebagai rumah Allah (*baitullah*), sehingga siapapun boleh mengunjunginya tanpa batas waktu. Sayangnya, masih ada masjid yang membatasi kunjungan, bahkan mengunci pintunya, di luar waktu shalat. Beberapa pengelola (*takmir*) masjid menggunakan masjid hanya untuk shalat dan kegiatan

pengajian, bahkan ada juga masjid yang ramai hanya saat bulan Ramadhan atau pada hari besar Islam saja. Tentu saja hal ini tidak sesuai dengan tujuan didirikannya masjid. Umat Islam perlu memahami konsep memakmurkan masjid dengan benar. Diperlukan strategi dan komitmen yang kuat dari takmir masjid untuk memakmurkannya. Takmir masjid lain bisa mengambil *ibroh* (pelajaran) dari Masjid Jogokariyan Yogyakarta yang merupakan salah satu masjid percontohan di Indonesia dalam memakmurkan masjid (Nurfatmawati, 2020).

Masjid Jogokariyan, yang awalnya adalah sebuah langar kecil, selalu berfokus pada pelayanan jamaah dengan terus berusaha membangun ummat dan mensejahterakan masyarakat di sekitarnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya program-program masjid yang selalu mengutamakan kenyamanan serta kesejahteraan jamaah. Masjid Jogokariyan, yang didirikan oleh Pimpinan Ranting Muhammadiyah Karangakajen, menerapkan manajemen masjid yang modern serta berlandaskan pada nilai-nilai masjid pada zaman Rasulullah SAW. Masjid menjadi pusat pokok kegiatan masyarakat serta memberikan manfaat bagi kesejahteraan masyarakat sekitar. Adapun motto dari masjid yang peletakkan batu pertamanya pada tahun 1966 ini adalah “Dari Masjid Membangun Ummat”. Masjid Jogokariyan merupakan salah satu contoh masjid yang manajemennya dinilai sukses dalam upaya pembangunan ekonomi lokal.

Kesuksesan Masjid Jogokariyan bisa dilihat dari beberapa penghargaan yang telah diraih seperti: menjadi masjid percontohan Daerah Istimewa Yogyakarta; masjid dengan kategori model pemberantasan kemiskinan Daerah Istimewa Yogyakarta sejak tahun 1999; serta sebagai Masjid Percontohan Nasional yang menerima penghargaan langsung dari Kementerian Agama Republik Indonesia (Azzama, 2019). Pencapaian tersebut tidak akan terwujud tanpa komitmen yang kuat dari takmir Masjid Jogokariyan. Komitmen afektif (*affective commitment*), yang merupakan kelas komitmen tertinggi yang memotivasi seseorang untuk melakukan sesuatu (Greenberg, 2011; Suhartini, 2018; 2020; 2022; 2023; & Suhartini et.al, 2023), tentu saja merupakan komitmen utama yang dimiliki takmir masjid, tanpa mengesampingkan komitmen normatif (*normative commitment*) maupun komitmen keberlangsungan (*continuance commitment*) (Allen & Meyer, 1990). Di samping itu, takmir Masjid Jogokariyan juga memenuhi kontrak psikologis relasional (Macneil, 1985 & Rousseau, 2000) dengan jamaahnya dan kontrak psikologis liturgikal (*spiritual*) dengan Tuhannya (Suhartini, 2022 & Suhartini, et.al., 2023)

## II. METODE PENELITIAN

Jenis metode penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuannya. Ditinjau dari jenis datanya. penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu penelitian yang berbasis data. Sedangkan pendekatannya melalui fenomenologi di mana peneliti harus terjun secara langsung ke lapangan dan masuk dalam kehidupan para informan sambil mengumpulkan data sebanyak dan selengkap mungkin berdasarkan fenomena langsung di Lokasi penelitian (Sugiyono, 2020). Fenomenologi diartikan sebagai pengalaman subjektif atau pengalaman fenomenologikal. Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjukkan pada pengalaman subjektif dari berbagai jenis dan tipe dari beberapa subjek yang ditemui. Fenomenologi kadang digunakan sebagai perspektif filosofi dan juga digunakan sebagai pendekatan dalam metodologi kualitatif (Moleong, 2021).

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan fenomena pada filsafat postpositivisme. Metode ini digunakan untuk meneliti pada suatu kondisi yang alamiah di mana seorang peneliti merupakan instrumen kunci, dan pada pengumpulan data dilakukan secara tri angulasi yaitu gabungan dari observasi, wawancara dan dokumentasi (Sugiyono, 2020). Maksud dari pendekatan kualitatif adalah untuk meneliti secara mendalam dan

sistematis, serta untuk meneliti tentang suatu fenomena yang tidak dapat dilakukan dengan penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, penulis menganalisis data menggunakan analisis data kualitatif dari Creswell (Creswell, 2007 & 2011) serta menguji keabsahan data dengan uji kredibilitas dengan menggunakan metode triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Penelitian ini membagi informan menjadi 4 katagori, yaitu pimpinan (ketua takmir) Masjid Jogokariyan, jamaah tetap, wisatawan, dan pelaku UMKM. Dari hasil observasi serta wawancara di Masjid Jogokariyan, peneliti mendapatkan informasi bahwa dalam menjalankan program Pasar Rakyat Jogokariyan, komitmen takmir masjid untuk melayani dan memberdayakan umat, didukung oleh strategi pemasaran yang menggabungkan antara online dan offline, sangat berpengaruh terhadap meningkatnya taraf ekonomi warga Jogokariyan. Minat warga sekitar dan wisatawan untuk berkunjung dan berbelanja di Pasar Rakyat Jogokariyan semakin besar seiring berjalannya waktu. Begitu juga para pelaku UMKM yang mulai merasa percaya diri untuk tetap melanjutkan usahanya.

Program PRJ ini berawal dari keprihatinan takmir masjid terhadap kondisi jamaah dan warga sekitar saat terjadinya Pandemi Covid-19, sebagaimana disampaikan takmir masjid, Bapak Gitta:

*“Pasar Rakyat ini kami mulai pada Agustus 2021 dimana lagi puncaknya Covid-19. Karena selama setahun pandemic melanda, kami perhatikan tidak ada program dari pemerintah yang dapat membantu para pedagang. Banyak UMKM yang sedang berjualan diusir oleh pemerintah saat PPKM, kami melihatnya sangat prihatin.”*

Berdasarkan hal tersebut, takmir masjid merasakan perlunya terobosan baru dalam menciptakan program masjid untuk pemberdayaan umat.

Pimpinan Masjid Jogokariyan memberikan informasi bahwa takmir berkomitmen untuk menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan umat, baik dalam peribadatan, pendidikan, sosial, budaya, maupun ekonomi. Takmir berusaha menerapkan manajemen masjid pada zaman Rasulullah dengan mengembangkan inovasi yang bisa diaplikasikan sesuai dengan perkembangan zaman sehingga bisa diterima oleh masyarakat. Kebijakan pengelolaan program Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ) ini mempertimbangkan aspek tujuan, perencanaan, dan keputusan agar bisa mencapai target. Pasar Rakyat Jogokariyan merupakan program yang melibatkan para pelaku UMKM yang kehilangan mata pencaharian di saat pandemi Covid-19.

Sebagai wujud kepedulian takmir masjid terhadap pelaku UMKM adalah dengan diberikan bantuan modal usaha serta pembinaan dengan program “ngaji bisns”, seperti yang disampaikan Bapak Gitta:

*“Dari biro pemberdayaan ekonomi masjid memberikan tawaran pinjaman modal usaha kepada pelaku UMKM untuk membantu dalam mengembangkan usahanya. Pinjaman modal usaha tersebut sebesar Rp 2.000.000,00 sampai Rp 5.000.000,00 yang nantinya kami akan membelanjakan peralatan apa saja yang dibutuhkan. Namun modal usaha ini ada ketentuannya seperti jika ada pelaku UMKM warga asli Jogokariyan dan harus aktif salat jamaah di Masjid Jogokariyan”*

*“Setiap dua bulan sekali dari takmir mengadakan agenda Ngaji Bisnis. Dalam forum tersebut para pelaku UMKM bisa menyampaikan progress yang dijalankan dan mendapat materi pelatihan dalam mengelola dagangannya. Kami juga membuat grup WhatsApp sebagai*

wadah pelaku UMKM untuk saling memberi informasi dan menawarkan prosuknya. Hal tersebut juga bagian dari digital marketing”

*“... Kami mengundang fotografer profesional untuk memotret produk UMKM yang kemudian di-upload di meda sosial menggunakan akun ID masjid ...”*

Hal lain yang bisa dilihat dari komitmen takmir dalam menunaikan amanah juga terbukti dengan segera menyalurkan seluruh infaq yang terkumpul dari jamaah untuk dikembalikan kepada jamaah lagi dalam bentuk pelayanan beribadah yang nyaman, sehingga saldo kas masjid selalu nol.

Para pelaku UMKM di sekitar Masjid Jogokariyan, sebelum adanya program Pasar Rakyat Jogokariyan, sempat merasa bingung dan putus asa antara melanjutkan usaha atau menutupnya. Wabah Covid-19 serta kebijakan pemerintah dalam memutuskan mata rantai penularan virus dengan menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) membuat aktifitas ekonomi hampir lumpuh. Dengan adanya kebijakan tersebut, para pelaku UMKM kehilangan pelanggan bahkan menutup usahanya. Adanya program Pasar Rakyat Jogokariyan ini membawa harapan dan keberkahan bagi para pelaku UMKM. Hal ini seperti yang dikatakan salah satu pelaku UMKM, Bapak Rahman:

*“Dulu saya kerjanya hanya dekorasi, kemudian ada Covid-19 selama kurang lebih setahun, dekorasi tidak ada pesanan, terus ditambah ada PPKM dari pemerintah dan kehilangan pelanggan juga, sempat bingung mau kerja apa lagi? Tapi setelah tahu ada program Pasar Rakyat dari Masjid Jogokariyan ini saya langsung ikut dan berjualan sampai sekarang. Saya terbantu, jadi, dekorasi jalan dan jualan juga jalan.”*

Keberkahan ini juga dirasakan oleh pelaku UMKM lainnya Ibu Evi, penjual pecel:

*“Pasar Rakyat ini sangat membantu para pelau UMKM, jadi duu saya sempat bingung mau jualan dimana karena masih pandemic. Alhamdulillah, setelah ada program ini saya bisa berjualan lagi. Di samping itu juga dapat ikut serta memakmurkan masjid, salat berjamaah. Dan dari segi ekonomi, saya sangat terbantu dengan adanya program ini.”*

Efek positif dari program ini juga dirasakan oleh Bapak Rahma, penjual sop iga:

*“Saya sangat merasakan adanya program Pasar rakyat Jogokariyan ini, seperti adanya pembinaan, kemudian diajari bagaimana cara memasarkan dan memproduksi produk sendiri.”*

Serta Bapak Kumiran, pemilik angkringan:

*“Selain menyediakan tempat untuk usaha, takmir asjid juga memberikan pinjaman modal yang dapat saya gunakan dalam memproduksi.”*

Dari hasil wawancara dengan pelaku UMKM dapat disimpulkan bahwa mereka menyambut dan merasa terbantu dengan program PRJ ini. Takmir masjid menyediakan tempat untuk berusaha, bantuan pinjaman modal, serta pembinaan agar usaha mereka bisa terus bertahan dan berkembang.

Efek positif dari program PRJ ini juga dirasakan oleh jamaah. Jamaah Masjid Jogokariyan, baik jamaah tetap maupun jamaah instan (wisatawan yang mengikuti sholat berjamaah di masjid), mengatakan bahwa manajemen Masjid Jogokariyan sudah dikelola dengan baik. Hal tersebut bisa dilihat dari program PRJ yang menarik banyak peminat serta program-program lain yang terjadwal dan mampu bertahan bertahun-tahun dengan beberapa inovasi yang disesuaikan dengan kebutuhan jamaah. Jamaah merasakan dampak positif dari adanya program-

program di masjid ini. Semua jamaah mendapat kupon diskon (*voucher*) sebesar sepuluh ribu rupiah setelah melaksanakan shalat Subuh berjamaah di masjid. Setelah setelah itu, mereka bisa langsung mengunjungi Pasar Rakyat Jogokariyan untuk berbelanja dan menukar kupon diskonnnya. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bapak Kuswanto, salah satu jamaah tetap Masjid Jogokariyan:

*“Saya merasakan aadanya program Pasa Rakyat ini, kadang saya juga menyempatkan untuk mengunjungi PRJ setelah jamaah salat Subuh, Dulu ada kupon dari takmir untuk dibelanjakan sebesar Rp 10000,00. Ya, alhamdulillah sekarang masih berjalan PRJ, saya sangat mendukung program tersebut.”*

Salah sau jamaah instan, Ahmad Syahroni, yang berasal dari Lampung juga merasa tertarik dengan program ini setelah melihat akin medsos Masjid Jogokariyan:

*“... Yang membuat saya tertarik adalah banyak warga yang sangat antusias ikut meramaikan Pasar rakyat yang digelar dan juga para masyarakat kompak Ketika waktu salat telah tiba, mereka bergegas untuk melaksanakan salat wajib.”*

Jamaah lain yang mendukung program ini adalah Hasan:

*“... Program ini tidak di semua masjid ada, saya mendukung Pasar Rakyat ini agar terus berjalan, supaya para UMKM dapat berkembang dan terus memproduksi. Saya tahu Pasar Rakyat ini yak arena ada pemberitahuan dari masjid dan dari pihak takmr, kemudian saya tertarik untuk jamaah dan berkunjung di Pasar Rakyat Jogokariyan.”*

Kesimpulan dari wawancara tersebut adalah bahwa program PRJ, dengan promosi melalui media sosial, mampu menarik minat jamaah untuk berbelanja dan kembali melaksanakan salat di masjid. Pemberian kupon diskon akhirnya ditiadakan karena program ini sudah bisa berjalan dengan baik walaupun tanpa kupon tersebut.

### **3.2 Pembahasan**

Dari hasil penelitian pada pembahasan sebelumnya, dapat diketahui bahwa dalam menetapkan kebijakan program PRJ, komitmen takmir untuk melayani umat, pemenuhan kontrak psikologis relasioal maupun spiritual, motivasi yang tinggi dari para pelaku UMKM, antusiasme jamaah, serta strategi pemasaran dalam mengelola program Pasar Rakyat Jogokariyan, berpengaruh positif terhadap berjalannya program. Beberapa kebijakan yang perlu diperhatikan antara lain: komitmen takmir masjid untuk pemberdayaan ekonomi jamaah dan warga sekitar, penggunaan platform digital untuk pemasaran program, bantuan modal usaha untuk pelaku UMKM, serta kupon diskon bagi jamaah. Kebijakan-kebijakan tersebut sangat mendukung keberhasilan program PRJ.

Kebijakan yang ditetapkan oleh takmir masjid dalam mengelola program pemberdayaan ekonomi Pasar Rakyat Jogokariyan dilakukan dengan cara diskusi antara divisi pemberdayaan ekonomi masjid dengan pimpinan dan takmir masjid. Setelah diskusi, takmir masjid kemudian menetapkan kebijakan Pasar Rakyat yang berkaitan dengan strategi pemasaran, strategi sumber daya manusia (SDM), strategi operasional, serta strategi keuangan agar program tersebut dapat berjalan dengan baik, dikenal oleh masyarakat luas, sehingga semua orang berminat untuk menyukseskan program PRJ dan kembali untuk berjamaah di Masjid Jogokariyan.

Takmir Masjid Jogkariyan berupaya agar jarnaah Masjid Jogokariyan bisa merasakan manfaat program PRJ ini, baik dari segi pelayanan maupun produk yang disediakan oleh para pelaku UMKM. Takmir berupaya memberikan pelayan yang maksimal seperti membagikan

voucher kepada jamaah, memberikan bantuan modal usaha, memberikan pembinaan, dan menata stand UMKM dengan baik agar jamaah tidak terganggu dengan adanya Pasar Rakyat ini.

Dengan adanya program Pasar Rakyat Jogokariyan, ekonomi jamaah Masjid Jogokariyan kembali pulih. Para pelaku UMKM yang sempat gulung tikar saat pandemi dapat berjualan kembali. Tidak hanya itu, pelaku UMKM juga mampu memakmurkan Masjid Jogokariyan dengan salat secara berjamaah, serta dapat memperoleh dua manfaat yaitu dunia dan akhirat.

Selain berkunjung untuk berbelanja di Pasar Rakyat Jogokariyan, beberapa wisatawan juga mengamati berjalanya program. Program pemberdayaan ekonomi seperti Pasar Rakyat Jogokariyan belum banyak dijumpai di masjid lain. Tentunya hal tersebut dapat menjadi inspirasi bagi para takmir masjid lain untuk membuat program yang dapat meningkatkan perekonomian jamaahnya.

Dalam program Pasar Rakyat, semua jamaah Masjid Jogokariyan dapat memulai dan merintis usahanya, baik yang sudah maupun yang belum memiliki usaha. Takmir masjid divisi pemberdayaan ekonomi memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM melalui Ngaji Bisnis. Dalam program Ngaji Bisnis para pelaku UMKM diberikan materi terkait pemasaran seperti produksi dan melayani konsumen. Mengetahui strategi pemasaran bagi para pengusaha merupakan hal penting agar mampu menyediakan produk atau jasa yang baik sehingga konsumen puas dengan layanan yang diberikan.

#### IV. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa takmir Masjid Jogokariyan dalam menciptakan program unggulan sangat memperhatikan jamaahnya. Takmir masjid mengelola program dengan menetapkan kebijakan yang memiliki manfaat yang jelas baik bagi takmir masjid, jamaah, dan pelaku UMKM. Komitmen yang kuat untuk melayani tamu Allah di rumah Allah (Baitullah) dengan sebaik-baiknya menghasilkan kebiakan yang berfokus pada pelayanan jamaah. Infaq yang terkumpul semuanya dikembalikan kepada jamaah dalam bentuk pelayanan, sehingga tidak ada saldo infaq setiap pekannya. Dengan demikian, takmir Masjid Jogokariyan telah memenuhi kontrak psikologis spiritual, relational, dan juga transaksionalnya. Kebijakan yang direncanakan dan dilaksanakan secara optimal dalam sebuah program, akan lebih mudah untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Salah satu program unggulan yang ada di Masjid Jogokariyan yaitu Pasar Rakyat Jogokariyan. Program tersebut dirancang oleh takmir masjid sebagai upaya menanggulangi krisis ekonomi khususnya di kampung Jogokariyan yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19. Takmir masjid menciptakan program yang mampu memulihkan perekonomian jamaahnya, dengan program Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ). Dalam program tersebut takmir masjid menetapkan kebijakan bagi jamaah, pelaku UMKM, dan juga takmir masjid sendiri yang dianggap mampu meningkatkan ekonomi umat dengan memberdayakan para pelaku UMKM untuk tetap berwirausaha di tengah mewabahnya pandemi.

Strategi pemasaran takmir Masjid Jogokariyan dalam menjalankan program Pasar Rakyat Jogokariyan menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*) seperti strategi harga, produk, tempat, dan promosi. Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ) lambat laun dikenal luas oleh masyarakat, dikarenakan takmir masjid telah memanfaatkan media sosial sebagai wadah untuk promosi seperti Instagram, WhatsApp, dan Website.

Banyak wisatawan yang datang ke Masjid Jogokariyan untuk berkunjung dan mengamati program yang sedang berjalan. Masih banyak masjid yang belum mempunyai program yang mampu mensejahterakan jamaahnya. Wisatawan yang berkunjung ke PRJ mendapatkan inspirasi dari program pemberdayaan ekonomi Pasar Rakyat Jogokariyan (PRJ) ini. Program PRJ bisa menginspirasi para takmir masjid lain yang berkunjung secara langsung maupun secara digital. Mereka bisa mengadopsi dan mengimprovisasi proqram PRJ ini disesuaikan dengan situasi, kondisi, jamaah, tempat, potensi, dan kebutuhan di tempatnya masing-masing.

## V. Daftar Pustaka

- Allen, N. J., & Meyer, J. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63: 1-18
- Azzama, A. (2019). Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta sebagai pusat kegiatan masyarakat. In *Journal of Communication Science and Islamic Da'wah* (Vol. 3, Issue I).
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Book (Vol. 2<sup>nd</sup> ed)
- Creswell, J. W. (2011). *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed method approaches*. <https://doi.org/10.1007/s13398-014-0173-7.2>
- Greenberg, J. (2011). *Behavior in Organization* (10<sup>th</sup> edition). Essex: Pearson Education Limited
- Hidayat, T. M. R. (2020). Optimalisasi Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Peran dan Fungsi Masjid. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwaah*, 5(3), 285-304. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v5i3.2!06>
- Macneil, I. R. (1985). Relational contract: What we do and do not know. *Wisconsin Law Review*, 483-525
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Imam Taufik, Ed.; Revisi). PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Nurfatmawati, A. (2020). Strategi Komunikasi Takmir dalam Memakmurkan Masjid Jogokariyan Yogyakarta. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i1.9838>
- Rousseau, D. M. (2000). *Psychological contract inventory technical report*. Version 3. Pennsylvania: Research Gate
- Suhartini, T. (2018), Makna Kerja bagi Pendidik Pendidikan Anak Usia Dini: Studi Fenomenologi di Paud 'Aisyiyah Bustanul Athfal di Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta (Tesis), Yogyakarta: UII. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/10803>
- Suhartini, T. (2020). Implementasi Kepemimpinan Otentik dan Person-Organisation Fit serta Hubungannya dengan Kontrak Psikologis dan Komitmen Organisasional Islami. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(2), 132-149.

- Suhartini, T., Muafi., Widodo., Suprihanto, J. (2022). The Role of Islamic Psychological Contract on Authentic Leadership and Organizational Commitment. *Lecture Notes in Networks and Systems. Springer International Publishing*. Doi. 10.1007/978-3-031-08084-5\_68.
- Suhartini, T. 2023. Investigating The Dimensionality of Psychological Contract from Spiritual Perspective: Empirical Study of Indonesian Employees. *Indonesian Journal of Islamic Literature and Muslim Society*. DOI <https://doi.org/10.22515/islamius.v7i1.5434>
- Suhartini, T., Muafi., Widodo, W., & Suprihanto, J. (2023). Generating Sustainable Organizational Commitment of Indonesian Lecturers: The Role of Psychological Contract Through Spiritual Perspective. *Journal of Law and Sustainable Development*, 11(5), e748. <https://doi.org/10.55908/sdgs.v11i5.748>
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Sofia Yustiyani Suryaodari, Ed.; Edisi Ke3). CV. ALFABETA.
- Taufik Hidayat, M. R. (2020). Optimalisasi Fungsi Manajemen dalam Meningkatkan Peran dan Fungsi Masjid. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(3), 285-304. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v5i3.2!06>