

Pengelolaan Fundraising Masjid dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat (Studi pada Masjid Kapal Munzalan Kukar)

Parhan Pauzi

Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam Ar Rahmah Surabaya
Email: fauziibnawashid@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze mosque fundraising management in building public trust through tangible social contributions at Kapal Munzalan Mosque in Kutai Kartanegara. The study is motivated by the declining level of public trust in certain social and religious institutions, while Kapal Munzalan Mosque has demonstrated a high level of community participation in supporting its programs. This research employed a qualitative approach using a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation, while data analysis was conducted using the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The findings indicate that public trust in mosque fundraising is established through tangible contributions, program transparency, and the direct impact of social activities that can be observed and experienced by the community. The prompt implementation of programs is an important factor in increasing people's motivation to donate, as donors perceive that the funds they contribute are genuinely utilized for social purposes and the welfare of the Muslim community. Furthermore, the mosque's positive image as a trustworthy, caring, and community-oriented institution strengthens donor loyalty and participation. This study demonstrates that successful fundraising is influenced not only by fundraising strategies but also by the mosque's ability to build social trust and social capital through emotional relationships, social services, and tangible benefits for the community. The findings are expected to serve as a reference for developing a more humanistic, participatory, and public trust-based model of mosque fundraising..

Keywords: *fundraising masjid, kepercayaan masyarakat, social trust, social capital, manajemen dakwah*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan fundraising masjid dalam membangun kepercayaan masyarakat melalui kontribusi sosial yang nyata di Masjid Kapal Munzalan Kukar. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap sebagian lembaga sosial dan keagamaan, sementara Masjid Kapal Munzalan Kukar menunjukkan tingginya partisipasi masyarakat dalam mendukung program-program masjid. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap fundraising masjid terbentuk melalui kontribusi nyata, transparansi program, serta dampak langsung dari kegiatan sosial yang dapat dilihat dan dirasakan oleh masyarakat. Kecepatan realisasi program menjadi faktor penting dalam meningkatkan motivasi masyarakat untuk berdonasi karena masyarakat merasa bahwa dana yang disalurkan benar-benar digunakan untuk kepentingan sosial dan kemaslahatan umat. Selain itu, citra positif masjid sebagai lembaga yang amanah, peduli, dan dekat dengan masyarakat turut memperkuat loyalitas dan partisipasi donatur. Penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan fundraising tidak hanya dipengaruhi oleh strategi penghimpunan dana, tetapi juga oleh kemampuan masjid dalam membangun social trust dan social capital melalui hubungan emosional, pelayanan sosial, dan kebermanfaatannya nyata bagi masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan

model fundraising masjid yang lebih humanis, partisipatif, dan berbasis kepercayaan masyarakat.

Kata Kunci: *fundraising masjid, kepercayaan masyarakat, social trust, social capital, manajemen dakwah*

PENDAHULUAN

Di tengah menurunnya tingkat partisipasi masyarakat terhadap sebagian lembaga sosial dan keagamaan akibat persoalan transparansi, profesionalitas, dan rendahnya kepercayaan publik, keberhasilan suatu masjid dalam membangun dukungan masyarakat menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji. Banyak masjid masih menghadapi kesulitan dalam mengembangkan fundraising karena masyarakat cenderung selektif dalam menyalurkan donasi dan hanya memberikan dukungan kepada lembaga yang dianggap amanah, dekat dengan masyarakat, serta memberikan manfaat nyata (Anam & Riyadi, 2024; Fadillah & Suryani, 2024).

Namun, fenomena berbeda terlihat pada Masjid Kapal Munzalan Kukar. Masjid ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga aktif menghadirkan berbagai kontribusi sosial yang dirasakan langsung oleh masyarakat. Kehadiran program sosial, pelayanan kepada jamaah, pendekatan kekeluargaan, serta aktivitas kemasyarakatan lainnya membentuk citra positif masjid di tengah masyarakat. Masyarakat memandang masjid bukan sekadar lembaga keagamaan, tetapi sebagai ruang sosial yang dekat, aman, dan memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Muhyiddin & Umam (2023a) yang menjelaskan bahwa masjid modern memiliki fungsi sosial dalam membangun kesejahteraan dan kedekatan dengan masyarakat melalui pelayanan berbasis kemasyarakatan.

Kontribusi nyata tersebut secara perlahan membangun kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan masjid, khususnya dalam aspek fundraising dan pengelolaan program. Kepercayaan ini terlihat dari tingginya partisipasi masyarakat dalam mendukung berbagai program masjid melalui donasi, keterlibatan kegiatan, maupun dukungan moral. Menariknya, dukungan tersebut tidak hanya berasal dari jamaah internal, tetapi juga dari masyarakat umum, pelaku usaha, serta pihak pemerintah yang mulai menjalin kolaborasi dengan masjid. Fenomena ini relevan dengan penelitian Ismail & Rahman (2023) yang menyatakan bahwa citra positif dan reputasi lembaga memiliki pengaruh terhadap terbentuknya kepercayaan serta partisipasi masyarakat dalam kegiatan donasi dan filantropi keagamaan.

Fenomena ini menunjukkan bahwa keberhasilan fundraising masjid tidak hanya ditentukan oleh kemampuan menghimpun dana atau intensitas ajakan berdonasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan masjid dalam membangun legitimasi sosial dan kepercayaan publik melalui kontribusi nyata kepada masyarakat. Dengan demikian, pengelolaan fundraising masjid tidak dapat dipisahkan dari bagaimana masjid membangun citra positif, hubungan sosial, dan kedekatan emosional dengan masyarakat. Hal tersebut diperkuat oleh penelitian Pratama & Hasanah (2024) serta Syahril & Putri (2024) yang menjelaskan bahwa keberhasilan fundraising lembaga keagamaan sangat

dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam membangun hubungan sosial, transparansi, serta trust building melalui kontribusi nyata yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.

Secara konseptual, keberhasilan fundraising masjid tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan menghimpun dana atau intensitas ajakan berdonasi, tetapi juga berkaitan erat dengan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga masjid. Dalam perspektif Manajemen Dakwah, fundraising bukan sekadar aktivitas pengumpulan dana, melainkan proses membangun hubungan sosial, legitimasi, dan kedekatan emosional antara masjid dengan masyarakat. Kepercayaan masyarakat menjadi modal sosial utama yang menentukan keberlanjutan partisipasi jamaah dalam mendukung berbagai program masjid. Hal ini diperkuat oleh penelitian Hidayat & Fauziah (2024) serta Anam & Riyadi (2024) yang menjelaskan bahwa fundraising yang baik mampu meningkatkan citra lembaga, loyalitas donatur, dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola dana sosial.

Konsep Social Trust menjelaskan bahwa kepercayaan publik terbentuk melalui pengalaman sosial yang positif, konsistensi pelayanan, transparansi, serta kemampuan lembaga dalam menghadirkan manfaat nyata bagi masyarakat. Dalam konteks masjid, kontribusi sosial yang dirasakan langsung oleh masyarakat dapat membentuk citra positif lembaga sehingga masyarakat memandang masjid sebagai institusi yang amanah, peduli, dan layak dipercaya. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa reputasi lembaga dan transparansi pengelolaan dana memiliki pengaruh besar terhadap tingkat kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam aktivitas donasi keagamaan (Fadillah & Suryani, 2024; Ismail & Rahman, 2023).

Selain itu, konsep Social Capital memandang bahwa hubungan sosial, kedekatan emosional, dan budaya kekeluargaan merupakan aset penting dalam membangun loyalitas masyarakat terhadap lembaga sosial keagamaan. Ketika masjid mampu membangun hubungan yang dekat dengan masyarakat melalui pelayanan dan kontribusi nyata, maka akan terbentuk rasa memiliki terhadap masjid. Rasa memiliki tersebut mendorong tumbuhnya partisipasi kolektif, loyalitas donatur, serta kemudahan dalam menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah maupun unit usaha masyarakat. Penelitian mengenai trust building pada lembaga filantropi Islam juga menegaskan bahwa kontribusi sosial dan pendekatan pelayanan masyarakat menjadi faktor penting dalam memperkuat dukungan publik terhadap lembaga keagamaan (Pratama & Hasanah, 2024; Syahril & Putri, 2024).

Berdasarkan konsep tersebut, pengelolaan fundraising masjid dapat dipahami sebagai proses penguatan hubungan sosial yang berorientasi pada pembangunan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan fundraising tidak hanya diukur dari besarnya dana yang berhasil dihimpun, tetapi juga dari kemampuan masjid dalam membangun citra positif, menjaga amanah, dan menghadirkan kebermanfaatan sosial yang mampu memperkuat kepercayaan publik terhadap lembaga masjid (Anam & Riyadi, 2024; Fadillah &

Suryani, 2024).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kontribusi nyata masjid kepada masyarakat menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan dan citra positif masjid di mata masyarakat. Kehadiran berbagai program sosial, pelayanan kepada jamaah, serta keterlibatan masjid dalam membantu kebutuhan masyarakat menciptakan persepsi bahwa masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai lembaga sosial yang memberikan manfaat nyata bagi lingkungan sekitar. Kondisi tersebut membentuk pandangan positif masyarakat terhadap pengelolaan masjid dan menumbuhkan rasa percaya terhadap program-program yang dijalankan oleh masjid.

Kepercayaan dan citra positif yang terbentuk kemudian mempengaruhi motivasi masyarakat untuk berkontribusi dalam berbagai program masjid, terutama dalam bentuk donasi. Masyarakat cenderung lebih terdorong untuk berdonasi kepada lembaga yang dianggap amanah, dekat dengan masyarakat, dan mampu menunjukkan kebermanfaatan yang jelas. Dalam konteks ini, pengelolaan fundraising masjid tidak hanya bergantung pada ajakan atau kampanye donasi, tetapi juga pada kemampuan masjid dalam menjaga hubungan sosial, membangun kedekatan emosional, dan menghadirkan kontribusi nyata yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat.

Selain itu, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa motivasi masyarakat untuk berdonasi muncul karena mereka secara langsung melihat dan merasakan dampak dari donasi yang diberikan. Transparansi program, dokumentasi kegiatan, serta hasil nyata dari pengelolaan donasi membuat masyarakat merasa bahwa dana yang mereka salurkan benar-benar digunakan untuk kepentingan sosial dan kemaslahatan umat. Pengalaman tersebut memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap masjid sekaligus meningkatkan loyalitas mereka dalam mendukung program-program fundraising secara berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan fundraising masjid tidak hanya dibangun melalui strategi penghimpunan dana, tetapi juga melalui kemampuan masjid dalam menghadirkan manfaat nyata, menjaga amanah, dan membangun hubungan kepercayaan dengan masyarakat.

Penelitian mengenai fundraising dan kepercayaan masyarakat pada lembaga keagamaan telah banyak dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Oktafia & Sutarso (2024) dalam artikel "Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi terhadap Kepercayaan dan Intensi Berkurban di Masjid" menjelaskan bahwa reputasi dan citra positif lembaga masjid memiliki pengaruh terhadap terbentuknya kepercayaan masyarakat dan intensi jamaah dalam berpartisipasi pada kegiatan keagamaan di masjid. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih percaya dan terdorong untuk berkontribusi kepada lembaga yang memiliki reputasi baik, transparan, dan dianggap amanah dalam pengelolaan dana serta program sosial.

Penelitian lain dilakukan oleh Seliani dkk. (2024) dalam penelitian berjudul "Pengaruh Strategi Fundraising dan Pengelolaan Dana Zakat terhadap Kepercayaan Masyarakat pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau". Hasil

penelitian menunjukkan bahwa strategi fundraising dan pengelolaan dana yang baik mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola dana sosial. Transparansi, akuntabilitas, serta kemampuan lembaga dalam mengelola program menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas dan partisipasi masyarakat dalam berdonasi.

Selanjutnya, penelitian Nafisa (2025) yang berjudul “Peran Kebiasaan Transparansi Keuangan Pengurus dalam Meningkatkan Donasi dan Infaq Masjid” menjelaskan bahwa transparansi pengelolaan keuangan masjid berpengaruh terhadap meningkatnya partisipasi jamaah dalam memberikan donasi dan infaq. Penelitian tersebut menegaskan bahwa keterbukaan informasi keuangan dan komunikasi yang baik antara pengurus dan jamaah dapat memperkuat rasa percaya masyarakat terhadap pengelolaan masjid.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu tersebut, dapat diketahui bahwa penelitian mengenai fundraising, reputasi lembaga, transparansi, dan kepercayaan masyarakat telah banyak dilakukan. Namun, penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada strategi fundraising, transparansi pengelolaan dana, dan pengaruh reputasi lembaga terhadap kepercayaan masyarakat secara umum. Sementara itu, penelitian mengenai bagaimana kontribusi nyata masjid kepada masyarakat mampu membangun citra positif, kepercayaan sosial, serta mempengaruhi motivasi masyarakat untuk berdonasi melalui pengalaman langsung melihat dampak donasi masih relatif terbatas, khususnya dalam konteks pengelolaan fundraising masjid berbasis pelayanan sosial. Oleh karena itu, penelitian pada Masjid Kapal Munzalan Kukar menjadi penting untuk dilakukan guna memahami bagaimana pengelolaan fundraising masjid dapat membangun kepercayaan masyarakat melalui kontribusi nyata dan hubungan sosial yang dekat dengan masyarakat.

Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada fokus kajian yang tidak hanya memandang fundraising masjid sebagai aktivitas penghimpunan dana, tetapi sebagai proses pembangunan kepercayaan sosial masyarakat melalui kontribusi nyata masjid kepada lingkungan sekitarnya. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas strategi fundraising, transparansi keuangan, reputasi lembaga, atau pengaruh kepercayaan terhadap minat berdonasi secara terpisah, penelitian ini mengkaji keterhubungan antara kontribusi sosial masjid, citra positif lembaga, pengalaman langsung masyarakat terhadap dampak donasi, serta terbentuknya motivasi masyarakat untuk berdonasi. Penelitian ini juga menghadirkan perspektif baru dalam Manajemen Dakwah dengan menempatkan fundraising sebagai bagian dari dakwah sosial yang membangun hubungan emosional, rasa memiliki, dan legitimasi sosial masyarakat terhadap masjid. Keunikan penelitian ini semakin terlihat pada konteks Masjid Kapal Munzalan Kukar yang menunjukkan bahwa keberhasilan fundraising tidak hanya dipengaruhi oleh ajakan religius, tetapi juga oleh kemampuan masjid menghadirkan manfaat nyata yang dapat langsung dilihat dan dirasakan oleh masyarakat sehingga membentuk kepercayaan dan loyalitas publik terhadap lembaga masjid.

Rumusan masalah dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pengelolaan fundraising di Masjid Kapal Munzalan Kukar mampu membangun kepercayaan masyarakat melalui kontribusi nyata masjid, pembentukan citra positif lembaga, serta pengalaman langsung masyarakat dalam melihat dan merasakan dampak dari donasi yang diberikan. Penelitian ini juga mengkaji bagaimana kepercayaan tersebut mempengaruhi motivasi masyarakat untuk berpartisipasi dan berdonasi dalam berbagai program masjid. Adapun kontribusi penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmiah dalam pengembangan Manajemen Dakwah, khususnya pada kajian fundraising masjid berbasis kepercayaan sosial (social trust), dengan menghadirkan perspektif bahwa keberhasilan fundraising tidak hanya ditentukan oleh strategi penghimpunan dana, tetapi juga oleh kemampuan masjid dalam membangun legitimasi sosial, hubungan emosional, dan kebermanfaatan nyata bagi masyarakat. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan praktis bagi pengelola masjid dalam mengembangkan model fundraising yang lebih humanis, partisipatif, dan berorientasi pada pembangunan kepercayaan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena pengelolaan fundraising masjid dalam membangun kepercayaan masyarakat melalui pengalaman, interaksi sosial, dan kontribusi nyata yang dilakukan masjid kepada masyarakat. Pendekatan kualitatif menekankan pada pemahaman makna, proses sosial, serta interaksi yang terjadi di lapangan secara alamiah. Adapun jenis penelitian studi kasus digunakan karena penelitian difokuskan pada satu objek tertentu secara mendalam guna memperoleh gambaran yang utuh mengenai proses terbentuknya kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan fundraising masjid (Muhyiddin & Umam, 2023b; Panjaitan & Soiman, 2024).

Penelitian ini dilaksanakan di Masjid Kapal Munzalan Kukar. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada fenomena menarik yang ditemukan peneliti, yaitu tingginya partisipasi dan kepercayaan masyarakat terhadap program-program masjid, khususnya dalam aspek fundraising dan donasi. Selain itu, masjid ini dikenal aktif dalam berbagai kegiatan sosial dan memiliki hubungan yang dekat dengan masyarakat sehingga dinilai relevan dengan fokus penelitian mengenai pengelolaan fundraising dalam membangun kepercayaan masyarakat. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa masjid tidak hanya menjalankan fungsi ibadah, tetapi juga berperan sebagai lembaga sosial yang aktif membangun hubungan dengan masyarakat (Syaifullah dkk., 2024).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara melihat serta terlibat langsung dalam aktivitas dan program masjid guna memahami pola pengelolaan fundraising serta hubungan sosial yang terbangun antara masjid dan masyarakat. Selanjutnya, wawancara dilakukan kepada

takmir masjid untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai strategi fundraising, upaya membangun kepercayaan masyarakat, serta faktor-faktor yang mendukung keberhasilan program donasi masjid. Adapun dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto kegiatan, program sosial, dan aktivitas fundraising yang berkaitan dengan penelitian. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh data yang lebih mendalam dan memperkuat validitas hasil penelitian (Munawaroh & Huda, 2023; Munthe dkk., 2023).

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan tema penelitian, khususnya terkait pengelolaan fundraising dan kepercayaan masyarakat. Selanjutnya, data disajikan secara sistematis dalam bentuk uraian naratif agar memudahkan peneliti memahami hubungan antar temuan penelitian. Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sehingga diperoleh pemahaman yang utuh mengenai bagaimana pengelolaan fundraising masjid mampu membangun kepercayaan masyarakat. Teknik analisis ini digunakan agar data yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara mendalam dan menghasilkan kesimpulan yang sesuai dengan kondisi lapangan penelitian (Aidin & Yunus, 2023; Putri, 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan masyarakat terhadap fundraising di Masjid Kapal Munzalan Kukar terbentuk melalui kontribusi nyata dan dampak langsung dari program-program masjid yang dapat dilihat serta dirasakan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, masyarakat menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam memberikan donasi karena mereka merasa bahwa dana yang disalurkan benar-benar digunakan untuk kegiatan yang bermanfaat dan memberikan dampak sosial secara nyata. Program-program masjid yang cepat direalisasikan membuat masyarakat memiliki keyakinan bahwa donasi yang diberikan tidak hanya terkumpul sebagai dana, tetapi langsung diwujudkan dalam bentuk kegiatan dan pelayanan yang dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar. Selain itu, citra positif masjid di tengah masyarakat turut memperkuat rasa percaya masyarakat terhadap pengelolaan fundraising masjid.

Temuan tersebut diperkuat melalui hasil wawancara dengan wakil pengasuh Masjid Kapal Munzalan Kukar yang menyampaikan bahwa:

“Masyarakat mudah untuk berdonasi karena mereka melihat dan merasakan manfaat langsung dari apa yang mereka donasikan. Karena hasil donasi langsung dieksekusi dengan cepat agar langsung terlihat dan dirasakan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecepatan realisasi program menjadi salah satu faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap masjid. Masyarakat cenderung lebih percaya dan termotivasi untuk berdonasi ketika mereka dapat melihat secara langsung hasil dari donasi yang

diberikan. Dengan demikian, pengelolaan fundraising di masjid tidak hanya berorientasi pada penghimpunan dana, tetapi juga pada kemampuan masjid dalam menghadirkan transparansi, kebermanfaatan nyata, dan pengalaman sosial positif yang mampu memperkuat loyalitas serta partisipasi masyarakat dalam mendukung program-program masjid.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan fundraising di Masjid Kapal Munzalan Kukar tidak hanya berorientasi pada penghimpunan dana, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan masyarakat melalui kontribusi nyata yang dapat langsung dirasakan oleh masyarakat. Berdasarkan hasil observasi, masyarakat terlihat lebih mudah tergerak untuk berdonasi ketika mereka menyaksikan secara langsung dampak dari program-program masjid. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan fundraising tidak semata-mata dipengaruhi oleh kemampuan persuasi atau ajakan religius, melainkan oleh kemampuan masjid menghadirkan manfaat sosial yang nyata di tengah masyarakat (Hidayat & Fauziah, 2024; Pratama & Hasanah, 2024).

Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa kontribusi sosial masjid berperan penting dalam membentuk citra positif lembaga di mata masyarakat. Program-program yang menyentuh kebutuhan sosial masyarakat menciptakan persepsi bahwa masjid merupakan lembaga yang aktif, peduli, dan amanah dalam menjalankan fungsi sosialnya. Citra positif tersebut kemudian berkembang menjadi kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan dana dan program-program masjid. Dalam konteks ini, masyarakat tidak hanya melihat masjid sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai lembaga sosial yang memberikan solusi dan kebermanfaatan bagi lingkungan sekitar. Temuan ini sejalan dengan penelitian Muhyiddin & Umam (2023) yang menjelaskan bahwa masjid memiliki fungsi sosial dalam membangun kesejahteraan dan kedekatan dengan masyarakat melalui pelayanan berbasis kemasyarakatan.

Temuan penelitian ini sejalan dengan konsep Social Trust yang menjelaskan bahwa kepercayaan publik terbentuk melalui pengalaman sosial yang positif, konsistensi pelayanan, serta kemampuan lembaga dalam memenuhi harapan masyarakat Fukuyama (1995). Kepercayaan tidak muncul secara instan, melainkan dibangun melalui interaksi sosial yang terus menerus antara lembaga dan masyarakat. Ketika masyarakat melihat bahwa donasi yang diberikan benar-benar dikelola dan diwujudkan dalam bentuk program nyata, maka akan terbentuk keyakinan bahwa masjid merupakan lembaga yang layak dipercaya. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian Anam & Riyadi (2024) yang menjelaskan bahwa akuntabilitas dan realisasi program memiliki pengaruh terhadap meningkatnya customer trust pada lembaga pengelola dana sosial Islam.

Hal tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan wakil pengasuh Masjid Kapal Munzalan Kukar yang menyampaikan:

“Masyarakat mudah untuk berdonasi karena mereka melihat dan merasakan manfaat langsung dari apa yang mereka donasikan. Karena hasil donasi langsung dieksekusi dengan cepat agar langsung terlihat dan dirasakan.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kecepatan realisasi program

menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan masyarakat. Masyarakat tidak hanya membutuhkan ajakan untuk berdonasi, tetapi juga membutuhkan bukti nyata bahwa dana yang mereka salurkan benar-benar digunakan untuk kepentingan sosial dan kemaslahatan umat. Semakin cepat manfaat donasi dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepercayaan dan partisipasi masyarakat terhadap fundraising masjid. Temuan ini relevan dengan penelitian Fadillah & Suryani (2024) yang menyatakan bahwa pengelolaan dana yang transparan dan cepat direalisasikan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pengelola dana sosial.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengalaman langsung masyarakat dalam melihat dampak donasi memiliki pengaruh besar terhadap motivasi berdonasi. Masyarakat cenderung lebih percaya ketika mereka dapat melihat secara nyata hasil dari kontribusi yang diberikan, seperti program sosial, bantuan masyarakat, atau pelayanan jamaah yang langsung dirasakan manfaatnya. Pengalaman tersebut membentuk hubungan emosional antara masyarakat dan masjid sehingga muncul rasa memiliki serta keinginan untuk terus mendukung program-program masjid secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman sosial masyarakat menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas donatur terhadap lembaga masjid.

Temuan ini relevan dengan konsep Social Capital yang menekankan bahwa hubungan sosial, rasa percaya, dan kedekatan emosional merupakan modal penting dalam membangun partisipasi kolektif masyarakat (Putnam, 2000). Dalam konteks penelitian ini, hubungan yang dekat antara masjid dan masyarakat menciptakan loyalitas sosial yang berdampak pada meningkatnya partisipasi donatur. Dengan kata lain, fundraising yang berhasil tidak hanya dibangun melalui sistem administrasi yang baik, tetapi juga melalui kemampuan lembaga dalam membangun relasi sosial yang kuat dengan masyarakat. Penelitian Syahril & Putri (2024) juga menjelaskan bahwa trust building dalam lembaga filantropi Islam sangat dipengaruhi oleh hubungan sosial dan kontribusi nyata lembaga kepada masyarakat.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra positif masjid memiliki pengaruh terhadap kemudahan fundraising. Ketika masyarakat memandang masjid sebagai lembaga yang amanah, aktif membantu masyarakat, dan konsisten dalam menjalankan program sosial, maka tingkat kepercayaan masyarakat akan semakin tinggi. Citra positif tersebut secara tidak langsung menjadi modal sosial yang memperkuat legitimasi masjid di tengah masyarakat. Kondisi ini membuat masyarakat lebih yakin untuk memberikan donasi karena mereka percaya bahwa dana yang diberikan akan dikelola secara baik dan memberikan manfaat yang nyata. Temuan ini sejalan dengan penelitian Ismail & Rahman (2023) yang menjelaskan bahwa reputasi lembaga memiliki pengaruh terhadap kepercayaan dan intensi masyarakat dalam berpartisipasi pada kegiatan donasi keagamaan.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan fundraising masjid dalam membangun kepercayaan masyarakat tidak hanya

dilakukan melalui strategi penghimpunan dana, tetapi juga melalui kontribusi sosial yang nyata, kecepatan realisasi program, pengalaman langsung masyarakat terhadap dampak donasi, serta hubungan sosial yang dekat dengan masyarakat. Keberhasilan fundraising pada akhirnya sangat dipengaruhi oleh kemampuan masjid dalam menghadirkan kebermanfaatan nyata yang mampu membangun citra positif dan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga masjid. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa fundraising dalam perspektif Manajemen Dakwah merupakan proses pembangunan hubungan sosial dan legitimasi publik, bukan sekadar aktivitas penghimpunan dana semata.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan fundraising di Masjid Kapal Munzalan Kukar tidak hanya berfokus pada aktivitas penghimpunan dana, tetapi juga pada upaya membangun kepercayaan masyarakat melalui kontribusi sosial yang nyata. Kepercayaan masyarakat terbentuk karena masjid mampu menghadirkan program-program yang manfaatnya dapat langsung dilihat dan dirasakan oleh masyarakat. Kondisi tersebut menciptakan citra positif bahwa masjid merupakan lembaga yang amanah, peduli, dan dekat dengan masyarakat.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kecepatan realisasi program menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat dalam berdonasi. Masyarakat cenderung lebih terdorong untuk memberikan dukungan ketika mereka melihat bahwa donasi yang disalurkan segera diwujudkan dalam bentuk kegiatan sosial dan pelayanan yang nyata. Transparansi, pengalaman langsung terhadap dampak donasi, serta hubungan sosial yang dekat antara masjid dan masyarakat turut memperkuat loyalitas donatur terhadap program-program fundraising masjid.

Selain itu, penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan fundraising masjid sangat dipengaruhi oleh modal sosial (social capital) dan kepercayaan sosial (social trust) yang dibangun melalui interaksi, pelayanan, dan kebermanfaatan yang konsisten. Fundraising tidak hanya dipahami sebagai strategi pengumpulan dana, tetapi juga sebagai proses dakwah sosial yang membangun hubungan emosional, rasa memiliki, dan legitimasi sosial masyarakat terhadap masjid.

Dengan demikian, keberhasilan fundraising di Masjid Kapal Munzalan Kukar menunjukkan bahwa lembaga masjid akan lebih mudah memperoleh dukungan masyarakat apabila mampu menghadirkan manfaat nyata, menjaga amanah, membangun citra positif, serta memperkuat hubungan sosial dengan masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pengelola masjid dalam mengembangkan model fundraising yang lebih humanis, partisipatif, dan berbasis kepercayaan masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Aidin, A. I. T., & Yunus, A. R. (2023). Penerapan QRIS pada masjid sebagai metode sedekah yang efektif. *At Tawazun: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(3), 245–256. <https://doi.org/10.24252/attawazun.v3i3.42921>
- Anam, K., & Riyadi, A. (2024). Akuntabilitas fundraising ZISWAF untuk meningkatkan customer trust di MWC NU Paiton. *Jurnal Ekonomi dan Filantropi Islam*, 5(1), 45–58.
- Fadillah, M., & Suryani, N. (2024). Pengaruh strategi fundraising dan pengelolaan dana zakat terhadap kepercayaan masyarakat. *Jurnal Manajemen Dakwah dan Filantropi Islam*, 3(2), 112–126.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity*. Free Press.
- Hidayat, R., & Fauziah, L. (2024). Manajemen fundraising dalam meningkatkan kesadaran berzakat masyarakat melalui lembaga amil zakat. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Filantropi Islam*, 8(1), 33–47.
- Ismail, A., & Rahman, F. (2023). Pengaruh pengetahuan dan reputasi terhadap kepercayaan dan intensi berkorban di masjid. *Indonesian Journal of Islamic Economics and Business*, 5(2), 88–102.
- Muhyiddin, A. S., & Umam, B. (2023a). Meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat berbasis manajemen masjid: Studi pada Masjid Besar Al-Islah Kragan Rembang. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 9(1), 87–104. <https://doi.org/10.14421/jmd.2023.91.07>
- Muhyiddin, A. S., & Umam, B. (2023b). Meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat berbasis manajemen masjid: Studi pada Masjid Besar Al-Islah Kragan Rembang. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 9(1). <https://doi.org/10.14421/jmd.2023.91.07>
- Munawaroh, U., & Huda, M. (2023). Peran takmir dalam pengelolaan keuangan Masjid Al Ma'ruf Samarinda. *Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman (JESM)*, 2(3), 120–132. <https://doi.org/10.30872/jesm.v2i3.2787>
- Munthe, R. N., Mailin, M., & Efendi, E. (2023). Manajemen fundraising dalam

- meningkatkan kepercayaan muzakki pada Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Cabang Sumatera Utara. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(3), 1047–1058. <https://doi.org/10.56832/edu.v2i3.268>
- Nafisa, G. (2025). Peran kebiasaan transparansi keuangan pengurus dalam meningkatkan donasi dan infaq masjid. *MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah*, 2(2), 140–152. <https://doi.org/10.37216/maddina.v2i2.2529>
- Oktafia, V., & Sutarso, D. Y. (2024). *Pengaruh Pengetahuan dan Reputasi terhadap Kepercayaan dan Intensi Berkurban di Masjid dengan Moderasi Religiusitas* (Vol. 9, Nomor 1). <http://e-journal.lp2m.uinjambi.ac.id/ojp/index.php/ijoieb>
- Panjaitan, F. P., & Soiman. (2024). Manajemen fundraising sebagai upaya meningkatkan peranan Masjid At-Taqwa Muhammadiyah sebagai pusat dakwah Islam. *TARLIM: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 7(2), 155–166. <https://doi.org/10.32528/tarlim.v7i2.2465>
- Pratama, D., & Hasanah, U. (2024). Donor fund empowerment strategy in increasing donor trust. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 67–81.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. Dalam C. Crothers Lane and Lockhart (Ed.), *Culture and Politics: A Reader* (hlm. 223–234). Palgrave Macmillan US. https://doi.org/10.1007/978-1-349-62397-6_12
- Putri, J. A. A. (2024). Strategi fundraising dalam meningkatkan perolehan dana zakat, infaq, dan sedekah di Laznas Baitulmaal Muamalat Jawa Timur. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 201–214. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2715>
- Seliani, J., Amri, H., Hamdalah, A., Strategi, P., Dan, F., Dana, P., Terhadap, Z., Masyarakat, K., Lembaga, P., Dompot, Z., & Riau, D. (2024). Pengaruh Strategi Fundraising Dan Pengelolaan Dana Zakat Terhadap Kepercayaan Masyarakat Pada Lembaga Zakat Dompot Dhuafa Riau. *Journal of Sharia and Law*, 3(3), 735–756. <https://jom.uin->
- Syahril, M., & Putri, A. (2024). From digital philanthropy to sustainable

empowerment: Dompot Dhuafa Riau's mechanisms in fundraising and trust building. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Islam*, 7(2), 145–160.

Syaifullah, H., Kartika, R. F., Dianto, I., Muttaqien, M. K., & Faisol, M. (2024). Filantropi Islam untuk membangun amal usaha Muhammadiyah: Studi kasus fundraising untuk pembangunan Masjid At-Tanwir PCM Bojongsari Kota Depok. *Misykat Al-Anwar: Jurnal Kajian Islam dan Masyarakat*, 7(2), 88–101.