

Malam Mabit Cuan: Masjid *Affiliate* Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung

Dadan Saputra^{1*}

¹ UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia

*Corresponding author: ds_sanusi@yahoo.com

Abstrak: Perkembangan ekonomi digital memunculkan peluang besar melalui *affiliate marketing* dan media sosial. Namun, potensi ini kerap terhambat oleh minimnya literasi digital dan wadah belajar yang suportif bagi masyarakat menengah ke bawah. Menjawab tantangan tersebut, Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut Banjaran bertransformasi menjadi pusat pemberdayaan ekonomi umat. Salah satu inovasi sosial unggulannya adalah program "Malam Mabit Cuan" yang menggabungkan aktivitas kerohanian dan edukasi bisnis digital secara gratis. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji model integrasi antara kegiatan spiritual keagamaan (Mabit) dengan program pemberdayaan ekonomi digital berbasis media sosial di Masjid *Affiliate* Al-Kahfi. Fokus kajian mencakup strategi pengurus dalam memadukan ibadah ritual dan praktik bisnis, serta dampaknya terhadap peningkatan literasi dan kesejahteraan ekonomi jemaah. Melalui pendekatan ini, masjid diposisikan ulang sebagai ekosistem pembelajaran yang aplikatif di era modern. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung pada kegiatan pelatihan afiliasi di Masjid *Affiliate* Al Kahfi Bunut Banjaran, wawancara mendalam dengan pengurus DKM, pemateri, serta jemaah peserta program, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model integrasi yang diterapkan di Masjid *Affiliate* Al-Kahfi berhasil menciptakan ekosistem pembelajaran yang positif. Kegiatan spiritual seperti mabit (mengingat di masjid) dan kajian keagamaan diselenggarakan dengan pelatihan teknis pembuatan konten dan strategi platform TikTok. Pendekatan ini secara konsisten mampu menjembatani masyarakat awam untuk memahami bisnis digital langsung dari praktik hingga menghasilkan omset. Secara implikasi, program "Malam Mabit Cuan" memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan literasi bisnis digital dan kesejahteraan ekonomi jemaah. Transformasi masjid menjadi pusat pergerakan ekonomi membuktikan bahwa rumah ibadah dapat berfungsi ganda sebagai sarana peningkatan spiritualitas sekaligus kemandirian finansial masyarakat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi model referensi dalam mengoptimalkan peran masjid di era digital.

Kata Kunci: Malam Mabit Cuan, ekonomi digital, ekonomi masjid.

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia memunculkan berbagai peluang baru, salah satunya melalui program *affiliate marketing* dan pembuatan konten media sosial. Bagi masyarakat, khususnya generasi muda, fenomena ini membuka potensi besar sebagai sumber pendapatan alternatif yang menjanjikan. Namun, potensi tersebut sering kali terhambat oleh kurangnya literasi digital dan minimnya wadah pembelajaran yang memadai, terjangkau, dan suportif bagi masyarakat dari kalangan menengah ke bawah.

Menjawab tantangan tersebut, kehadiran Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut Banjaran hadir sebagai inovasi sosial yang mendefinisikan ulang fungsi masjid. Selain menjadi pusat ibadah ritual, masjid ini bertransformasi menjadi pusat pemberdayaan ekonomi umat dengan mengusung konsep masjid modern. Melalui pendekatan ini, masjid tidak hanya mengurus aspek spiritual jemaah, tetapi juga secara aktif membangun kemandirian ekonomi masyarakat melalui pelatihan keterampilan digital.

Salah satu program unggulan yang diinisiasi oleh masjid ini adalah "Malam Mabit Cuan" atau disingkat MMC. Program ini menggabungkan aktivitas kerohanian dengan edukasi bisnis digital secara gratis, di mana peserta diberikan pelatihan teknis tentang cara memanfaatkan platform seperti TikTok hingga menghasilkan omset. Keunikan konsep ini terletak pada ekosistem pembelajarannya, di mana peserta dapat belajar, praktik membuat konten, dan mengingat (*mabit*) di dalam area masjid bersama komunitas yang positif.

Penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji bagaimana integrasi fungsi keagamaan dan fungsi pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat berjalan beriringan. Dengan meneliti implementasi, proses edukasi, serta dampak ekonomi dari program "Malam Mabit Cuan" di Masjid *Affiliate* Al-Kahfi Bunut, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi model referensi. Studi ini diharapkan mampu memberikan gambaran mengenai strategi optimalisasi rumah ibadah sebagai pusat pergerakan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan umat yang aplikatif di era digital.

"Malam Mabit Cuan Masjid *Affiliate*" di Masjid Al Kahfi, Bunut, Banjaran, Kabupaten Bandung sangat menarik untuk dikaji dari berbagai sudut pandang, dari sudut pandang Agama, penggunaan media sosial dan pemberdayaan ekonomi. Rumusan masalah penelitian ini disusun menggunakan pendekatan kualitatif yang

berfokus pada integrasi kegiatan spiritual (mabit) dan pemberdayaan ekonomi berbasis media sosial (bisnis afiliasi):

- 1) Bagaimana model integrasi antara kegiatan spiritual keagamaan (Mabit) dengan program pemberdayaan ekonomi digital (Bisnis Afiliasi) yang diterapkan di Masjid Al Kahfi Bunut Banjaran?
- 2) Seberapa besar dampak program tersebut terhadap peningkatan literasi bisnis digital dan kesejahteraan ekonomi jamaah Masjid Al Kahfi?

Program Malam Mabit Cuan (MMC) di Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung merupakan inovasi yang menggabungkan ibadah dengan pemberdayaan ekonomi umat. Berikut adalah wawasan dan rencana pemecahan masalah untuk mengoptimalkan program tersebut.

Wawasan Program (*Insight*)

- 1) Konsep Masjid 5.0: Memadukan ibadah rutin dengan pusat edukasi bisnis digital (*afiliasi*) dan *live streaming* bagi jamaah.
- 2) Potensi Pasar: Tingginya penggunaan media sosial membuka peluang besar untuk mengubah aktivitas jamaah dari sekadar konsumtif menjadi produktif (menghasilkan komisi penjualan).
- 3) Daya Tarik Komunitas: Fasilitas yang ramah keluarga dan program edukasi gratis berhasil menarik partisipasi aktif warga lokal maupun luar daerah.

Rencana Pemecahan Masalah (Problem Solving)

Tantangan	Solusi	Aksi
Gap Kemampuan (<i>Digital Literacy</i>) Jamaah	Membagi peserta Mabit menjadi beberapa kelas pendampingan berdasarkan tingkat keahlian, mulai dari <i>Kelas Pemula</i> (cara membuat akun, <i>copywriting</i>) hingga <i>Kelas Mahir</i> (<i>live streaming</i> , optimasi konten).	Menugaskan mentor/relawan IT lokal untuk membimbing jamaah secara bertahap selama sesi praktik.
Konsistensi Pembuatan Konten Pasca Acara	Membentuk <i>Support System</i> dan jadwal piket pembuatan konten di area masjid	Menyediakan area khusus atau <i>studio mini</i> di masjid yang bisa digunakan bergantian oleh jamaah untuk rekaman atau <i>live streaming</i> produk afiliasi.
Keterbatasan Fasilitas dan Jaringan untuk Skala Besar	Peningkatan infrastruktur internet dan sarana pendukung (seperti pencahayaan dan peredam suara).	Menggalang kolaborasi atau dana <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> dengan penyedia layanan internet dan <i>brand e-commerce</i> lokal

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mendeskripsikan efektivitas program "Malam Mabit Cuan" berbasis *affiliate marketing* yang diselenggarakan di Masjid Al-Kahfi, Kampung Bunut, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung, serta mengukur dampaknya terhadap peningkatan literasi ekonomi digital dan kemandirian finansial jamaah di lingkungan sekitar masjid

- 1) Untuk menganalisis model integrasi antara kegiatan spiritual keagamaan (Malam Bina Iman dan Taqwa/Mabit) dengan program pemberdayaan ekonomi digital melalui bisnis afiliasi yang diterapkan di Masjid Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung.
- 2) Untuk mengkaji dampak pelaksanaan program Malam Mabit Cuan terhadap peningkatan literasi bisnis digital jamaah Masjid Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung.

Kajian Teoritik

Affiliate marketing adalah strategi pemasaran digital di mana seseorang mempromosikan produk atau layanan milik bisnis lain dan mendapatkan komisi untuk setiap penjualan atau tindakan yang berhasil dihasilkan. Sistem ini bekerja menggunakan tautan pelacakan khusus (link referral) yang diberikan kepada afiliasi. Untuk memulai model bisnis ini, afiliasi biasanya mendaftar ke program afiliasi dari sebuah perusahaan dan menyebarkan link promosi tersebut melalui media sosial, blog, atau situs web. Ketika audiens melakukan pembelian melalui tautan tersebut, afiliasi akan menerima persentase komisi yang telah disepakati

Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung, mengusung konsep inovatif Masjid 5.0 yang memadukan ibadah dengan pemberdayaan ekonomi digital. Dikenal sebagai pusat edukasi bisnis, tempat ini menjadi wadah bagi pemuda dan jamaah untuk belajar menjadi kreator konten dan *affiliate*, yang terbukti mampu menghasilkan omzet fantastis hingga miliaran rupiah per bulannya. Salah satu program unggulan dari masjid yang berlokasi di Desa Margahurip ini adalah "Malam Mabit Cuan". Melalui acara edukasi rutin tersebut, jamaah diajarkan langsung secara praktis cara berbisnis dan membangun *affiliate marketing*, menjadikan masjid tidak

hanya sebagai pusat peribadatan tetapi juga sebagai motor penggerak kemandirian ekonomi umat di wilayah Bandung Selatan.

Fenomena Masjid Affiliate Al Kahfi Bunut di Banjaran, Kabupaten Bandung, yang memberdayakan jemaah melalui edukasi bisnis digital dan pemasaran media sosial, dapat dikaji secara mendalam menggunakan teori studi media.

Teori yang dipelopori oleh tokoh seperti Stig Hjarvard ini melihat bagaimana media mengubah institusi agama dan praktik keagamaan. Dalam konteks Masjid Al Kahfi, masjid tidak lagi hanya menjadi tempat ibadah ritual, melainkan bertransformasi menjadi pusat pemberdayaan ekonomi atau hub digital. Agama dan aktivitas ekonomi (affiliate marketing) saling berinteraksi melalui platform media sosial.

Teori Mediatisasi Agama (Mediatization of Religion) menjelaskan bagaimana agama mengalami pergeseran bentuk, nilai, dan praktik agar sesuai dengan logika, format, dan infrastruktur media. Dalam konteks ini, institusi keagamaan tidak lagi hanya memanfaatkan media sebagai alat penyampaian pesan, melainkan telah meleburkan aktivitas ibadah dengan budaya serta teknologi media itu sendiri.

Melalui program Malam Mabrit Cuan di Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung, terlihat jelas bagaimana logika ekonomi digital (afiliasi) dan platform media sosial (seperti TikTok) telah diintegrasikan ke dalam ruang ibadah. Masjid ini berhasil menempatkan literasi bisnis dan pencarian keuntungan finansial sebagai bagian dari aktivitas keagamaan yang ditransformasikan melalui medium pelatihan. Ibadah mabit yang secara tradisional berpusat pada iktikaf dan dzikir, kini dileburkan dengan aktivitas live streaming dan pembuatan konten untuk menghasilkan pendapatan jemaah.

Dengan adanya fenomena tersebut, otoritas keagamaan di Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran secara perlahan bergeser menyesuaikan aturan main dari platform digital. Logika media menuntut penyampaian dakwah untuk disesuaikan menjadi konten-konten menarik dan praktis yang berorientasi pada pencapaian materi (cuan). Hal ini membuktikan bahwa mediatisasi tidak hanya mengubah cara jemaah berkomunikasi, tetapi juga membentuk pemaknaan baru di mana kesejahteraan ekonomi umat dan literasi digital dipandang sebagai bagian integral dari keberkahan.

Metode

Metode penelitian adalah cara, prosedur, atau strategi ilmiah yang disusun secara sistematis untuk mengumpulkan, mengolah, dan menganalisis data guna menjawab rumusan masalah. Pemilihan metode yang tepat sangat penting karena berfungsi sebagai panduan kerja agar penelitian berjalan secara objektif, valid, dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Secara umum, terdapat dua jenis utama yang sering digunakan dalam berbagai kajian ilmiah, yakni pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif berfokus pada data numerik, pengujian hipotesis, dan analisis statistik, sementara metode kualitatif lebih mengutamakan pemahaman mendalam terhadap fenomena sosial melalui deskripsi dan analisis mendetail. Untuk memperdalam pemahaman.

Penelitian ini berfokus pada program pemberdayaan ekonomi dan literasi digital jemaah di Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung, yang berlokasi di Kampung Bunut RT.02/RW.09, Desa Margahurip, Kec. Banjaran, Kabupaten Bandung. Penelitian ini mencakup kajian mendalam mengenai dampak program Malam Mabrit Cuan (MMC) dan aktivitas sosial keagamaan Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut terhadap kesejahteraan ekonomi warga sekitar.

Penelitian dilaksanakan secara langsung (offline) di Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut yang beralamat di kampung Bunut, RT.02/RW.09, Desa Margahurip, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40377. Lokasi ini merupakan pelopor konsep "Masjid 5.0" yang menggabungkan fungsi ibadah dengan pusat pemberdayaan ekonomi umat melalui pelatihan media sosial dan affiliate marketing.

Penelitian dijadwalkan berlangsung selama 2 (dua) bulan, yakni pada bulan Juni hingga Agustus 2026, dengan perincian tahapan sebagai berikut:

- a. Tahap 1: Pengurusan Perizinan & Observasi Awal
 - Mengajukan surat izin penelitian kepada pengurus atau Yayasan Cerebrum yang menaungi Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung
 - Melakukan survei fasilitas dan pemetaan jadwal kajian/pelatihan rutin, seperti program dua mingguan Malam Mabrit Cuan (MMC).
- b. Tahap 2: Pengumpulan Data Lapangan
 - 1) Wawancara Mendalam (In-Depth Interview): Dilakukan kepada pengurus yayasan, mentor program, dan jemaah masjid.
 - 2) Penyebaran Kuesioner & Observasi Partisipatif: Mengamati langsung aktivitas kegiatan pemberdayaan dan dampaknya terhadap pendapatan jemaah.
- c. Tahap 3: Analisis Data
 - 1) Merekapitulasi data hasil wawancara dan kuesioner.
 - 2) Melakukan analisis kualitatif maupun kuantitatif terkait efektivitas program kelas *affiliate* yang dijalankan.

d. Tahap 4: Penyusunan Laporan & Evaluasi

- 1) Menyusun draf laporan hasil penelitian dan rekomendasi.
- 2) Melakukan diseminasi atau penyerahan hasil riset kepada pengurus Masjid Al Kahfi Bunut untuk bahan evaluasi.

2.2. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek Penelitian

Peserta/jemaah program "Malam Mablit Cuan" dan para mentor/pemateri dari Masjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran, Kabupaten Bandung.

2. Objek Penelitian

Pesan dakwah digital dan strategi komunikasi pemasaran (marketing) yang disampaikan dalam pelatihan program *affiliate* (seperti TikTok Affiliate) kepada komunitas

1. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini berfokus pada eksplorasi fenomena, makna, dan pengalaman secara mendalam. Metode utamanya meliputi wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen.

- 1) Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*). Proses tanya jawab interaktif antara peneliti dan narasumber. Biasanya bersifat semi-terstruktur agar peneliti lebih leluasa menggali pandangan, pengalaman, dan interpretasi subjektif informan.
- 2) Observasi (Pengamatan). Peneliti mengamati perilaku, interaksi, dan fenomena secara langsung di lingkungan subjek penelitian. Metode ini dapat berupa observasi partisipan (peneliti ikut serta dalam kegiatan) maupun observasi non-partisipan (hanya sebagai pengamat).
- 3) Studi Dokumen (*Documentary Study*). Teknik pengumpulan data dengan menelaah berbagai sumber tertulis atau terekam, seperti buku, catatan harian, arsip, foto, hingga video yang berkaitan dengan fokus penelitian.

2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data kualitatif adalah proses mengorganisasikan, mereduksi, menyajikan, dan memaknai data non numerik seperti wawancara, observasi, dan dokumen. Metode yang umum digunakan meliputi model interaktif (reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan), analisis isi, analisis naratif, grounded theory, dan pendekatan analisis budaya Spradley.

Proses pengolahan data kualitatif dengan model Miles & Huberman secara bertahap meliputi tiga langkah:

Reduksi Data

Proses merangkum, memilih hal-hal pokok, dan memfokuskan pada data yang penting. Data disederhanakan dan disusun agar lebih mudah dikelola.

Penyajian Data (*Data Display*)

Menyusun data yang telah direduksi ke dalam bentuk uraian singkat, bagan, atau hubungan antar kategori agar mudah dipahami.

Penarikan Kesimpulan (*Verification*)

Memberikan makna pada data yang telah disajikan dengan mencari pola, tema, atau kesimpulan awal yang terus diverifikasi selama penelitian berlangsung.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Observasi

Observasi dilakukan untuk menganalisis penerapan program pemberdayaan ekonomi umat berbasis digital marketing di Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut, Kampung Bunut, Desa Margahurip, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung. Pengamatan lapangan dilaksanakan sebanyak dua kali, yaitu pada 13 dan 15 Juni 2026, bersamaan dengan proses wawancara. Observasi difokuskan pada interaksi peserta, metode penyampaian materi pemasaran afiliasi oleh mentor, penggunaan fasilitas pendukung, serta hubungan antara kegiatan keagamaan dan aktivitas pemberdayaan ekonomi yang dikembangkan melalui program Malam Mablit Cuan.

Hasil observasi menunjukkan bahwa Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut mengembangkan pola kegiatan yang mengintegrasikan pembinaan spiritual dengan penguatan kapasitas ekonomi digital jemaah. Kegiatan diawali dengan mablit atau Malam Bina Iman dan Takwa yang meliputi salat tahajud berjamaah, tausiyah, dan pembacaan Al-Qur'an pada dini hari. Berdasarkan catatan lapangan, kegiatan tersebut tidak hanya diarahkan pada penguatan praktik ibadah, tetapi juga pada pembentukan orientasi moral sebelum peserta mengikuti kegiatan pemberdayaan ekonomi. Pengurus menempatkan proses tazkiyatun nafs sebagai bagian dari pembentukan mentalitas religius agar kegiatan ekonomi tetap dipahami dalam kerangka ikhtiar, tawakal, dan prinsip syariah.

Setelah rangkaian ibadah selesai, kegiatan beralih pada sesi pemberdayaan ekonomi melalui program Malam Mablit Cuan. Dalam sesi ini, jemaah memperoleh materi mengenai pembuatan konten kreatif, pengelolaan media

sosial, pemasaran afiliasi, dan strategi live streaming. Observasi juga menemukan adanya pembelajaran berbasis praktik karena peserta tidak hanya menerima materi secara teoritis, tetapi langsung menggunakan fasilitas yang tersedia, termasuk ruang live streaming dan studio mini. Jemaah memperoleh pendampingan dalam melakukan live selling dan mempraktikkan strategi pemasaran digital secara langsung di lingkungan masjid. Pola tersebut memperlihatkan bahwa masjid tidak hanya digunakan sebagai tempat penyampaian pengetahuan, tetapi juga sebagai ruang praktik kewirausahaan digital.

Integrasi antara spiritualitas dan kewirausahaan juga terlihat pada orientasi yang dibangun oleh pengurus. Aktivitas ekonomi melalui bisnis afiliasi ditempatkan sebagai bentuk ikhtiar untuk memperkuat kemandirian ekonomi jemaah. Dalam pelaksanaannya, pengurus membangun pembagian waktu yang relatif jelas antara kegiatan ritual dan kegiatan produktif. Aktivitas ibadah tetap menjadi bagian utama dari program, sedangkan pelatihan bisnis ditempatkan sebagai kelanjutan dari pembinaan spiritual. Pola tersebut menunjukkan adanya upaya untuk mempertemukan orientasi keagamaan dan aktivitas ekonomi dalam satu rangkaian kegiatan yang terstruktur.

Dari aspek pengetahuan, observasi menunjukkan adanya perkembangan kemampuan peserta dalam memahami ekosistem pemasaran digital. Sejumlah jemaah yang sebelumnya memiliki keterbatasan pengalaman dalam pemanfaatan platform digital mulai mampu menggunakan media sosial seperti TikTok untuk kebutuhan bisnis. Mereka juga mulai memahami sistem afiliasi, pembuatan konten promosi, penggunaan aplikasi pendukung, serta perkembangan tren pemasaran digital. Temuan ini menunjukkan bahwa program tidak hanya mengenalkan teknologi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga mengembangkan literasi ekonomi digital yang dapat dimanfaatkan jemaah untuk aktivitas produktif.

Perubahan juga terlihat pada dimensi sikap dan keterampilan. Pemuda, ibu rumah tangga, dan kelompok jemaah lainnya mulai terlibat dalam pembuatan konten serta aktivitas live content di lingkungan masjid. Proses pembelajaran yang berbasis praktik mendorong sebagian peserta untuk lebih percaya diri dalam mencoba bisnis afiliasi tanpa harus memiliki stok barang sendiri. Dalam konteks ini, program berfungsi sebagai ruang belajar yang mempertemukan pengetahuan digital dengan praktik kewirausahaan dan mendorong peserta untuk mengembangkan keberanian dalam memulai aktivitas ekonomi baru.

Pada dimensi ekonomi dan sosial, hasil observasi menunjukkan bahwa program mulai membuka peluang memperoleh pendapatan tambahan bagi sebagian jemaah. Sejumlah peserta telah menggunakan keterampilan yang mereka peroleh untuk menjalankan aktivitas afiliasi dari rumah. Selain itu, fungsi sosial masjid juga mengalami perluasan karena masjid tidak hanya digunakan sebagai tempat pelaksanaan ibadah, tetapi juga sebagai ruang pembelajaran, pemberdayaan, dan pengembangan kegiatan ekonomi. Pengurus menggambarkan orientasi tersebut melalui gagasan “Masjid 5.0”, yaitu pemanfaatan masjid sebagai pusat aktivitas spiritual sekaligus ekosistem pemberdayaan sosial-ekonomi jemaah.

2. Hasil Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam dilaksanakan pada 15 Juni 2026 untuk memperoleh pemahaman mengenai latar belakang, implementasi, dampak, dan prospek integrasi kegiatan mabit dengan bisnis afiliasi di Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut. Wawancara terutama menggali pandangan pengurus mengenai transformasi fungsi masjid serta mekanisme pemberdayaan ekonomi yang dikembangkan melalui pemanfaatan teknologi digital.

Hasil wawancara menunjukkan adanya perubahan cara pengurus memaknai fungsi masjid. Masjid tidak hanya ditempatkan sebagai institusi untuk menjalankan ibadah ritual, tetapi dikembangkan sebagai pusat pemberdayaan umat melalui gagasan “Masjid 5.0”. Konsep tersebut berangkat dari kebutuhan untuk merespons persoalan ekonomi jemaah dengan memanfaatkan perkembangan ekonomi digital. Dengan demikian, fungsi keagamaan dan fungsi pemberdayaan tidak diposisikan sebagai dua ranah yang terpisah, tetapi sebagai bagian dari strategi pembangunan kapasitas jemaah secara lebih terpadu.

Implementasi gagasan tersebut salah satunya diwujudkan melalui program Malam Mabit Cuan yang diselenggarakan secara berkala setiap dua minggu. Program tersebut menggabungkan kegiatan ibadah malam, seperti salat tahajud dan zikir, dengan pelatihan digital marketing, pembuatan konten, serta praktik live streaming dalam bisnis afiliasi. Pengurus menggambarkan pola ini sebagai perpaduan antara “ikhtiar langit” melalui doa dan ibadah dengan “ikhtiar bumi” melalui aktivitas ekonomi. Narasi tersebut menunjukkan bahwa program berupaya membangun konstruksi kewirausahaan yang tetap dilekatkan pada nilai dan praktik keagamaan.

Dari aspek implementasi, masjid menghadirkan mentor yang memiliki pengalaman dalam bisnis afiliasi untuk mendampingi jemaah. Materi yang diberikan meliputi pengelolaan akun media sosial, pembuatan konten, strategi promosi produk, dan teknik melakukan pemasaran secara langsung melalui fitur live. Masjid sekaligus menyediakan ruang bagi peserta untuk mempraktikkan materi tersebut. Dengan demikian, pola pelatihan yang diterapkan tidak berhenti pada transfer pengetahuan, tetapi juga melibatkan pendampingan dan praktik langsung dalam ekosistem perdagangan digital.

Wawancara juga menunjukkan adanya dampak pada tingkat individual maupun kelembagaan. Pada tingkat individual, sebagian jemaah memperoleh tambahan pendapatan dari komisi bisnis afiliasi. Pada tingkat kelembagaan, aktivitas ekonomi tersebut turut mendukung pengembangan Badan Usaha Milik Masjid (BUMM).

Menurut pengurus, sebagian manfaat ekonomi yang diperoleh digunakan kembali untuk mendukung kemakmuran masjid, memperbaiki fasilitas, dan menyediakan layanan bagi jemaah maupun peserta dari luar daerah. Temuan ini memperlihatkan bahwa pemberdayaan yang dilakukan tidak hanya diarahkan pada peningkatan pendapatan personal, tetapi juga pada upaya membangun basis ekonomi kelembagaan masjid.

Meskipun demikian, pelaksanaan program masih menghadapi sejumlah kendala. Pengurus mengidentifikasi keterbatasan literasi digital, terutama pada jemaah berusia lanjut, sebagai salah satu hambatan dalam proses pembelajaran. Kualitas jaringan internet yang tidak selalu stabil juga menjadi kendala karena sebagian aktivitas pemasaran bergantung pada live streaming. Terlepas dari tantangan tersebut, pengurus memiliki orientasi pengembangan jangka panjang untuk menjadikan Masjid Al-Kahfi Bunut sebagai pusat inkubasi bisnis berbasis nilai syariah dan sebagai model yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan pada masjid lain.

3. Hasil Studi Dokumen

Studi dokumen dilakukan untuk memperdalam pemahaman mengenai konsep “Masjid 5.0” yang dikembangkan di Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut. Dokumen yang dianalisis memperlihatkan tiga dimensi utama, yaitu filosofi integrasi kegiatan mabit dengan bisnis afiliasi, mekanisme pelaksanaan program Malam Mabit Cuan, serta orientasi pemberdayaan sosial-ekonomi dan kemandirian kelembagaan masjid.

Secara konseptual, dokumen program menggambarkan “Masjid 5.0” sebagai perluasan fungsi masjid dari pusat ibadah ritual menuju pusat pembinaan spiritual dan pemberdayaan ekonomi. Integrasi tersebut dibangun melalui dua orientasi yang saling melengkapi. Pertama, kegiatan mabit diarahkan pada penguatan praktik ibadah, termasuk qiyamul lail dan peningkatan wawasan keislaman. Kedua, kegiatan pemberdayaan ekonomi diarahkan pada pemanfaatan waktu dan ruang masjid untuk memberikan pendidikan praktis mengenai ekonomi kreatif digital serta pemasaran afiliasi. Landasan filosofisnya bertumpu pada pandangan bahwa kemandirian ekonomi umat dapat memperkuat kemampuan jemaah untuk mendukung kemakmuran masjid dan membantu kelompok masyarakat lainnya.

Dalam implementasinya, program Malam Mabit Cuan dilaksanakan secara rutin setiap dua minggu dengan mengombinasikan kegiatan ibadah dan pelatihan bisnis. Materi pembelajaran berorientasi pada kebutuhan praktis dalam ekosistem digital, antara lain pembuatan konten kreatif dan edukatif, strategi live streaming, praktik pemasaran langsung, serta optimalisasi platform perdagangan digital. Untuk menunjang kegiatan tersebut, pengurus menyediakan fasilitas fisik dan digital yang memungkinkan peserta mengikuti ibadah, pelatihan, dan praktik dalam satu lingkungan yang sama.

Dokumen juga menunjukkan bahwa orientasi pemberdayaan tidak hanya diarahkan pada peningkatan keterampilan, tetapi juga pada perubahan pola pikir jemaah terhadap hubungan antara agama dan aktivitas ekonomi. Jemaah didorong untuk tidak melihat kegiatan keagamaan dan pencarian penghidupan sebagai dua aktivitas yang saling bertentangan. Sebaliknya, aktivitas ekonomi ditempatkan sebagai bagian dari etos ikhtiar selama dijalankan sesuai dengan prinsip yang dianggap sejalan dengan nilai Islam. Pola tersebut memperlihatkan adanya proses artikulasi antara etika keagamaan dan ekonomi digital dalam praktik pemberdayaan jemaah.

Pada tingkat kelembagaan, model pemberdayaan tersebut diarahkan pada pembentukan kemandirian operasional masjid. Penguatan kapasitas ekonomi jemaah dipandang sebagai salah satu cara untuk memperluas sumber daya masjid sehingga pengelolaan kelembagaan tidak hanya bergantung pada pola donasi konvensional. Dengan demikian, dokumen menempatkan ekosistem ekonomi digital berbasis jemaah sebagai bagian dari strategi keberlanjutan kelembagaan. Model tersebut selanjutnya diproyeksikan sebagai salah satu bentuk praktik pemberdayaan yang dapat dipelajari dan dikembangkan oleh masjid lain sesuai dengan karakteristik sosial dan ekonomi masing-masing komunitas.

Pembahasan

Pelaksanaan program edukasi digital bertajuk “Malam Mabit Cuan” yang diselenggarakan di Masjid Affiliate Al Kahfi Bunut Banjaran di wilayah Banjaran, Kabupaten Bandung, memberikan dampak positif yang signifikan bagi pemberdayaan ekonomi jemaah berbasis keagamaan. Kegiatan ini berhasil memadukan pendekatan spiritual melalui ibadah malam dengan pembekalan keterampilan bisnis digital. Dari sisi partisipasi, acara ini mampu menarik antusiasme jemaah dari berbagai kalangan usia. Metode penyampaian materi yang aplikatif mengenai strategi pemasaran afiliasi dan kewirausahaan digital dinilai sangat relevan dengan kebutuhan ekonomi masyarakat modern saat ini.

Kegiatan kolaboratif ini juga menjadi wadah strategis dalam membangun jaringan komunitas bisnis yang Islami. Para peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga didorong untuk langsung mempraktikkan langkah-langkah konkret dalam memulai dan mengembangkan usaha digital mereka secara mandiri. Secara makro, inisiatif ini membuktikan bahwa masjid dapat bertransformasi menjadi pusat pengembangan ekonomi umat (Islamic economic center). Optimalisasi fungsi masjid tidak hanya terbatas pada kegiatan ritual peribadatan semata, melainkan juga merambah pada peningkatan kesejahteraan dan kemandirian finansial jemaah.

Hasil penelitian ini merekomendasikan perlunya program lanjutan yang lebih intensif untuk memonitor

perkembangan bisnis para peserta. Pendampingan berkelanjutan sangat diperlukan agar ilmu yang didapatkan dapat diimplementasikan secara optimal, sehingga mampu memberikan manfaat jangka panjang bagi perekonomian masyarakat sekitar Banjaran.

1. Malam Mabit Cuan Masjid Affiliate Al Kahfi Bunut Ditinjau dari Teori Mediatisasi Agama

Fenomena dakwah dan kegiatan keagamaan saat ini mengalami transformasi seiring berkembangnya teknologi digital. Salah satu bentuknya adalah kegiatan "Mabit Cuan Masjid Affiliate" yang menggabungkan aktivitas spiritual, edukasi ekonomi digital, dan pemanfaatan media sosial dalam lingkungan masjid. Program seperti yang diselenggarakan oleh Masjid Al Kahfi Bunut menunjukkan bagaimana institusi keagamaan tidak hanya menjadi pusat ibadah, tetapi juga pusat literasi digital dan pemberdayaan ekonomi umat. Untuk memahami fenomena tersebut, Teori Mediatisasi Agama dapat digunakan sebagai kerangka analisis karena teori ini menjelaskan bagaimana praktik, simbol, dan institusi agama mengalami perubahan akibat pengaruh logika media.

Teori Mediatisasi Agama banyak dikembangkan oleh Stig Hjarvard. Menurut Hjarvard, media tidak lagi hanya berfungsi sebagai saluran penyampai pesan agama, tetapi telah menjadi institusi yang ikut membentuk cara agama dipahami, dipraktikkan, dan disebarluaskan. Dalam perspektif ini, terdapat beberapa karakteristik utama:

- 1) Media menjadi sarana utama penyebaran nilai keagamaan.
- 2) Aktivitas keagamaan menyesuaikan diri dengan logika media digital.
- 3) Otoritas agama dapat bergeser dari ruang fisik ke ruang digital.
- 4) Praktik keagamaan semakin terintegrasi dengan budaya media dan ekonomi digital

2. Analisis Malam Mabit Cuan Masjid Affiliate

1) Transformasi Fungsi Masjid

Secara tradisional, masjid berfungsi sebagai tempat ibadah, pendidikan agama, dan aktivitas sosial umat. Dalam program Mabit Cuan Masjid Affiliate, fungsi tersebut berkembang menjadi ruang pembelajaran ekonomi digital berbasis komunitas. Melalui teori mediatisasi agama, transformasi ini menunjukkan bahwa institusi keagamaan beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat digital. Masjid tidak hanya menjadi pusat pembinaan spiritual, tetapi juga pusat produksi dan distribusi pengetahuan digital.

2) Integrasi Nilai Agama dan Ekonomi Digital

Istilah "affiliate" merujuk pada model pemasaran digital yang memanfaatkan media sosial dan platform daring. Ketika kegiatan tersebut dikemas dalam acara mabit (malam bina iman dan takwa), terjadi integrasi antara: 1). Nilai spiritual Islam, 2). Literasi teknologi digital, 3). Pemberdayaan ekonomi umat.

Menurut teori mediatisasi agama, media digital menjadi ruang baru bagi praktik keagamaan. Aktivitas ekonomi tidak dipisahkan dari nilai agama, tetapi dibingkai sebagai bagian dari ikhtiar dan pemberdayaan umat yang tetap berada dalam koridor syariah.

3) Dominasi Logika Media

Kegiatan affiliate sangat bergantung pada konten digital, algoritma media sosial, interaksi daring dan personal branding. Dalam perspektif mediatisasi agama, hal ini menunjukkan masuknya "logika media" ke dalam ruang keagamaan. Penyampaian materi dakwah dan motivasi ekonomi kemungkinan disusun dengan mempertimbangkan karakteristik media digital seperti visualisasi menarik, viralitas, engagement, dan kemudahan distribusi. Akibatnya, pesan keagamaan tidak hanya disampaikan berdasarkan logika tradisional dakwah, tetapi juga mengikuti mekanisme yang efektif di media digital.

4) Perluasan Jangkauan Dakwah

Melalui aktivitas affiliate dan media sosial, peserta mabit berpotensi menjadi agen dakwah digital. Mereka tidak hanya menerima materi secara langsung di masjid, tetapi juga menyebarkannya melalui platform digital. Teori mediatisasi agama menjelaskan bahwa media memungkinkan agama hadir melampaui batas geografis. Kegiatan yang awalnya berlangsung di lingkungan lokal Banjaran dapat menjangkau audiens yang lebih luas melalui video, live streaming, atau konten media sosial.

5) Pembentukan Identitas Muslim Digital

Peserta kegiatan tidak hanya membangun identitas sebagai jamaah masjid, tetapi juga sebagai kreator konten, afiliator, atau pelaku ekonomi digital yang berlandaskan nilai Islam. Fenomena ini menunjukkan lahirnya identitas "Muslim digital", yaitu individu yang mengintegrasikan praktik keagamaan dengan aktivitas ekonomi dan komunikasi digital sehari-hari. Dalam teori mediatisasi agama, identitas keagamaan semakin dibentuk melalui interaksi dengan media.

Ditinjau dari Teori Mediatisasi Agama, Malam Mabit Cuan Masjid Affiliate di Masjid Al Kahfi Bunut merupakan contoh nyata transformasi praktik keagamaan di era digital. Kegiatan ini menunjukkan bagaimana institusi masjid beradaptasi dengan perkembangan media dan ekonomi digital melalui integrasi antara pembinaan spiritual, literasi teknologi, dan pemberdayaan ekonomi umat.

Dalam kerangka mediatisasi agama, media digital bukan sekadar alat bantu dakwah, melainkan telah menjadi bagian dari lingkungan sosial yang membentuk cara agama dipraktikkan, dipahami, dan dikembangkan.

Oleh karena itu, keberhasilan program semacam ini sangat bergantung pada kemampuan menjaga keseimbangan antara logika media, tujuan ekonomi, dan nilai-nilai keislaman yang menjadi landasannya.

Kesimpulan

Program *Malam Mabit Cuan* yang diselenggarakan di Mesjid Affiliate Al Kahfi Bunut di kawasan Banjaran, Kabupaten Bandung, telah membuktikan sinergi yang sangat baik antara kegiatan spiritual keagamaan dan pemberdayaan ekonomi umat. Integrasi antara aktivitas ibadah dan literasi bisnis digital memberikan dampak positif yang signifikan bagi kemandirian ekonomi jamaah dan masyarakat sekitar. Sebagai pusat kegiatan, masjid berhasil bertransformasi tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai episentrum edukasi kewirausahaan. Melalui pendekatan *Mabit* (Malam Bina Iman dan Taqwa) yang dipadukan dengan pelatihan bisnis afiliasi, jamaah dibekali dengan motivasi spiritual yang kuat sekaligus keterampilan teknis yang relevan dengan ekosistem ekonomi digital saat ini.

Pendekatan kolaboratif ini mampu menghilangkan batasan antara pengembangan spiritual dan peningkatan kesejahteraan material. Jamaah dibimbing untuk memahami bahwa usaha dalam pemasaran digital atau bisnis afiliasi dapat bernilai ibadah, asalkan dijalankan dengan prinsip-prinsip syariah yang jujur, transparan, dan saling menguntungkan tanpa merugikan pihak lain. Berdasarkan hasil penelitian, efektivitas program ini sangat bergantung pada konsistensi pendampingan dan adaptasi strategi pemasaran digital. Peran mentor dan pemanfaatan teknologi yang tepat terbukti mampu meningkatkan kepercayaan diri para jamaah untuk memulai dan mengembangkan bisnis mereka di era modern.

Keberhasilan implementasi program di Masjid Affiliate Al-Kahfi Bunut ini dapat dijadikan model percontohan (prototipe) yang sangat potensial untuk direplikasi oleh masjid-masjid lainnya di wilayah Kabupaten Bandung maupun daerah lain. Dukungan penuh dari tokoh masyarakat dan pengurus DKM menjadi kunci utama dalam menjaga keberlanjutan dampak program pemberdayaan ekonomi berbasis masjid ini.

Daftar Pustaka

- Alimi, Moh Yasir. *Mediatisasi Agama: Post-Truth dan Ketahanan Nasional*. Yogyakarta: LKiS, 2020.
- Azka, Ibnu. *Matinya Mimbar: Perjumpaan Agama dan Media dalam Diskursus Sosial*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish Digital, 2026.
- Fakhruroji, Moch. *Mediatisasi Agama: Konsep, Kasus, dan Implikasi*. Bandung: LEKKAS, 2021.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Nordic Journal of Media Studies*, 6(1), 9–26.
- Hjarvard, S., & Lövheim, M. (Eds.). (2012). *Mediatization and religion: Nordic perspectives*. Nordicom.