

Dakwah Bil Hal dalam Praktik Sosial Keagamaan Masjid Baitul Huda

Risna Dwi Agustin^{*}, Ida Afidah, Ahmad Muttaqin

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

risnadwiagustin28@gmail.com, idaafidah26@gmail.com, ahmadmuttaqin@unisba.com

Abstract. The declining public participation in religious activities, particularly in urban areas, necessitates contextual and practical approaches to Islamic propagation. This study aims to analyze the *bil hal da'wah* strategy in revitalizing Masjid Baitul Huda in Bandung. Using a qualitative descriptive method, the research focuses on Masjid Baitul Huda as the object of study. Primary data were collected through direct observation, in-depth interviews with eight informants (consisting of mosque administrators and congregants), and documentation. The data were analyzed using the Miles and Huberman model, including data reduction, data display, and conclusion drawing. The findings reveal that the *bil hal da'wah* strategy is implemented through sentimental and sensory approaches, embodied in three main programs: free meals, free health services, and "Jumat Kasep"—a free haircut initiative for male congregants after Friday prayers. These strategies successfully increased congregational involvement, strengthened their emotional connection to the mosque, and reestablished the mosque's role as a center for social and religious services. *Bil hal da'wah* proves to be an effective means to foster meaningful religious engagement and social integration within urban Muslim communities.

Keywords: *Bil Hal Da'wah, Da'wah Strategy, Masjid Baitul Huda.*

Abstrak. Fenomena berkurangnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan di wilayah urban mendorong perlunya strategi dakwah yang lebih kontekstual dan aplikatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah *bil hal* dalam memakmurkan Masjid Baitul Huda Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Objek penelitian adalah Masjid Baitul Huda, dengan data primer yang diperoleh melalui observasi langsung, wawancara mendalam terhadap delapan informan (pengurus dan jamaah), serta dokumentasi. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah *bil hal* dilaksanakan melalui pendekatan sentimental dan inderawi, yang diimplementasikan dalam tiga program utama: makan gratis, layanan kesehatan gratis, dan Jumat Kasep (program potong rambut gratis khusus jamaah laki-laki setiap Jumat). Strategi ini berhasil meningkatkan partisipasi jamaah, menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap masjid, dan menghidupkan kembali peran masjid sebagai pusat pelayanan sosial-keagamaan. Dakwah *bil hal* terbukti efektif dalam membangun keterikatan emosional dan pengalaman keagamaan yang bermakna bagi masyarakat perkotaan.

Kata Kunci: *Dakwah Bil Hal, Strategi Dakwah, Masjid Baitul Huda.*

A. Pendahuluan

Dakwah *bil hal* atau biasa disebut sebagai dakwah melalui tindak nyata atau perbuatan, yaitu suatu upaya penyebaran ajaran Islam dengan menggunakan strategi nonverbal yang direalisasikan menggunakan perbuatan dan langkah-langkah yang jelas, sehingga hal tersebut sesuai dengan yang dibutuhkan oleh jamaah (Kholis et al., 2021). Dakwah *bil hal* diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, sehingga setiap individu Muslim memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan hidup serta memperhatikan kepentingan sesama, khususnya dalam aspek ekonomi, pendidikan, dan kesehatan (Abdullah, 2020).

Masjid memiliki peran sentral dalam kehidupan umat Islam, tidak hanya sebagai tempat ibadah ritual, tetapi juga sebagai pusat aktivitas sosial, edukatif, dan pemberdayaan umat (Suud Sarim Karimullah, 2023). Namun, di era modern, banyak masjid di kawasan perkotaan mengalami penurunan partisipasi jamaah akibat perubahan gaya hidup masyarakat, kesibukan kerja, dan menurunnya ketertarikan terhadap kegiatan keagamaan yang bersifat formal. Hal ini menuntut strategi dakwah yang tidak hanya bersifat verbal, tetapi juga mampu menyentuh aspek emosional dan kebutuhan riil masyarakat.

Fenomena penurunan partisipasi jamaah di masjid, khususnya di wilayah urban, telah menjadi perhatian berbagai pihak. Berdasarkan hasil penelitian Ramadhan dan Lutfi (2023), beberapa masjid di kota besar mengalami penurunan kehadiran jamaah hingga 40% dalam lima tahun terakhir akibat pergeseran pola hidup masyarakat perkotaan yang semakin sibuk dan individualis. Hal ini memunculkan urgensi untuk menghadirkan pendekatan dakwah yang lebih kontekstual dan menyentuh aspek kehidupan sehari-hari masyarakat (Ramadhan & Luthfi, 2023). Salah satu pendekatan yang relevan adalah dakwah *bil hal*, yaitu penyampaian pesan keislaman melalui perbuatan nyata yang memberi manfaat langsung bagi masyarakat.

Al-Bayanuni membagi strategi dakwah ke dalam tiga pendekatan, yaitu sentimental (*al-manhaj al-'athifi*), rasional (*al-manhaj al-'aqli*), dan indrawi (*al-manhaj al-hissi*), yang masing-masing mengakomodasi dimensi emosional, intelektual, dan fisik dari manusia (Moh. Ali Aziz, 2017). Pendekatan sentimental dan indrawi sangat sesuai diterapkan dalam konteks masyarakat urban yang lebih responsif terhadap aksi nyata ketimbang ceramah konvensional. Masjid, sebagai institusi sosial keagamaan, berperan penting dalam menjawab kebutuhan ini melalui program-program yang konkret, inklusif, dan relevan dengan realitas sosial Masyarakat (Marzuki & Hakim, 2022). Oleh karena itu, strategi dakwah *bil hal* menjadi penting untuk dikaji secara lebih dalam agar dapat menjadi model bagi revitalisasi peran masjid di era modern.

Masjid Baitul Huda di Kota Bandung menjadi menarik untuk diteliti karena berhasil mengimplementasikan strategi dakwah *bil hal* dalam tiga program utama: makan gratis setiap Jumat, layanan kesehatan gratis, dan Jumat Kasep (potong rambut gratis bagi jamaah laki-laki). Ketiga program ini tidak hanya meningkatkan kehadiran jamaah, tetapi juga memperkuat ikatan emosional masyarakat dengan masjid, serta menjadikan masjid sebagai ruang yang relevan dan inklusif bagi semua kalangan.

Penelitian ini berangkat dari pertanyaan: 1) *Bagaimana strategi dakwah bil hal yang diterapkan oleh Masjid Baitul Huda dalam upaya memakmurkan masjid?* dan 2) *Faktor apa saja yang membuat strategi dakwah optimal dalam meningkatkan partisipasi jamaah?* Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bentuk dan penerapan strategi dakwah *bil hal* yang dilakukan Masjid Baitul Huda serta mengevaluasi efektivitasnya dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan strategi dakwah Islam yang kontekstual dan aplikatif, khususnya dalam membangun partisipasi masyarakat urban terhadap masjid. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi praktis bagi pengurus masjid lain dalam merancang program dakwah yang menyentuh aspek sosial dan psikologis jamaah secara langsung.

Penelitian ini juga memiliki nilai kebaruan karena belum banyak studi yang secara spesifik membahas strategi dakwah *bil hal* dalam konteks program-program pelayanan seperti yang dilakukan Masjid Baitul Huda. Fokus terhadap integrasi pendekatan sentimental dan indrawi dalam dakwah menjadikan penelitian ini relevan untuk menjawab tantangan dakwah kontemporer (Muzakki A, 2016). Selain itu, studi ini diharapkan mendorong masjid-masjid lain untuk mengembangkan strategi dakwah yang tidak hanya bersifat normatif, tetapi juga fungsional dan berdampak langsung bagi kehidupan sosial jamaah (Farid M., 2021).

Selama ini, penelitian tentang strategi dakwah masih banyak berfokus pada aspek verbal atau ceramah konvensional, sementara pendekatan bil hal yang bersifat praktis dan aplikatif masih jarang dijadikan objek kajian utama, khususnya dalam konteks masyarakat urban. Oleh karena itu, penting untuk mengangkat model dakwah bil hal ini agar bisa dikaji lebih luas dan diterapkan secara strategis oleh berbagai institusi dakwah, termasuk masjid-masjid di perkotaan.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi dakwah *bil hal* yang diterapkan oleh pengurus Masjid Baitul Huda Kota Bandung dalam memakmurkan masjid dan meningkatkan partisipasi jamaah. Fokus penelitian ini adalah pada praktik dakwah melalui tindakan nyata yang bersifat sosial dan langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat sekitar masjid.

Data primer diperoleh melalui teknik observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap pelaksanaan program-program dakwah seperti makan gratis, layanan kesehatan gratis, dan Jumat Kasep. Wawancara dilakukan terhadap delapan orang informan, yang terdiri dari satu pengurus inti masjid dan tujuh jamaah aktif yang terlibat langsung maupun rutin mengikuti kegiatan. Wawancara berlangsung selama bulan April–Mei 2025, menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur agar memungkinkan eksplorasi lebih dalam terhadap pengalaman, persepsi, dan makna dari kegiatan dakwah tersebut.

Data sekunder diperoleh dari dokumentasi kegiatan masjid, seperti catatan program harian, publikasi kegiatan, dan foto-foto dokumentasi dari pihak masjid. Seluruh data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman, yaitu melalui tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi, peneliti memilah data relevan yang sesuai dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi tematik yang disusun berdasarkan kategori strategi dakwah. Terakhir, peneliti menarik kesimpulan berdasarkan pola dan keterkaitan antar data yang telah dianalisis.

Proses validasi data dilakukan dengan teknik *triangulasi sumber*, yaitu membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan kebenaran informasi. Pendekatan ini memastikan bahwa hasil analisis tidak hanya berdasarkan persepsi satu pihak, tetapi merupakan gambaran menyeluruh dari praktik dakwah *bil hal* yang terjadi di lapangan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Masjid Baitul Huda Kota Bandung berhasil menerapkan dakwah bil hal secara efektif melalui tiga program utama yang menjadi daya tarik sekaligus sarana pemberdayaan masyarakat. Ketiga program ini tidak hanya membantu memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, tetapi juga membangun kedekatan emosional antara masjid dan jamaah, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam aktivitas keagamaan dan sosial.

1. Program Makan Siang Gratis Setiap Hari

Program makan siang gratis merupakan program unggulan yang menjadi ciri khas Masjid Baitul Huda. Awalnya direncanakan hanya berlangsung selama 40 hari sebagai masa percobaan dengan dana terbatas, namun karena tingginya respons positif dari masyarakat, program ini terus berlanjut dan menjadi kegiatan rutin harian. Masyarakat dari berbagai kalangan, terutama pekerja informal, pengemudi ojek online, dan warga kurang mampu, datang ke masjid bukan hanya untuk makan, tetapi juga untuk beribadah dan bersilaturahmi. Program ini memperlihatkan bahwa masjid bisa menjadi pusat solidaritas sosial yang menjangkau kebutuhan riil umat.

2. Layanan Kesehatan Gratis

Program ini hadir sebagai respons terhadap banyaknya jamaah yang mengeluh sakit namun kesulitan mengakses layanan kesehatan karena keterbatasan biaya atau tidak memiliki BPJS. Masjid menjalin kerja sama dengan Klinik Inggit Garnasih dan BAZNAS untuk memberikan pengobatan gratis kepada masyarakat. Jamaah dapat memperoleh surat pengantar dari masjid untuk berobat, termasuk layanan lanjutan dan kontrol kesehatan. Melalui program

ini, masjid mengambil peran sebagai fasilitator pelayanan sosial yang tidak hanya spiritual tetapi juga praktis dan menyentuh kehidupan nyata.

3. Program Jumat Kasep

Program Jumat Kasep dilaksanakan setiap hari Jumat menjelang salat Jumat. Fokus utamanya adalah potong rambut gratis untuk jamaah laki-laki, khususnya dari kalangan rentan seperti pemulung, pekerja harian, dan dhuafa. Selain potong rambut, jika persediaan memungkinkan, jamaah juga diberikan pakaian koko layak pakai. Program ini bertujuan agar jamaah bisa menjalankan ibadah Jumat dalam keadaan bersih dan rapi, sesuai dengan adab berpenampilan ke masjid. Selain memperhatikan aspek fisik, program ini juga membawa pesan edukatif tentang pentingnya menjaga kebersihan dan kerapian sebagai bagian dari penghormatan terhadap tempat ibadah.

Secara keseluruhan, ketiga program ini menjadi media dakwah bil hal yang konkret dan mampu membangun keterlibatan jamaah secara berkelanjutan. Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa kehadiran masyarakat ke masjid meningkat secara signifikan, bukan hanya untuk ibadah, tetapi juga untuk mendapatkan layanan dan berinteraksi sosial. Masjid Baitul Huda dengan demikian berhasil membentuk ekosistem keislaman yang hidup dan relevan di tengah masyarakat urban.

Analisis dan Pembahasan

Strategi dakwah *bil hal* yang diterapkan Masjid Baitul Huda Kota Bandung dibangun berdasarkan pendekatan sentimental (*al-manhaj al-'athifi*) dan inderawi (*al-manhaj al-hissi*). Kedua strategi ini dijalankan melalui tiga program utama: makan gratis, layanan kesehatan gratis, dan Jumat Kasep. Masing-masing program mengandung muatan dakwah yang tidak hanya menyentuh kebutuhan fisik jamaah, tetapi juga memperkuat keterikatan emosional dan pengalaman inderawi mereka terhadap masjid.

Strategi Sentimental (*Al-Manhaj Al-'Athifi*)

Strategi sentimental menekankan pada penguatan hubungan emosional antara masjid dan jamaah melalui perhatian, kasih sayang, dan pelayanan sosial (Moh. Ali Aziz, 2017). Dalam konteks ini, program makan gratis yang rutin diselenggarakan setiap hari menjadi bentuk nyata strategi ini. Jamaah merasa diperhatikan dan dihargai, bukan hanya sebagai pelaku ibadah, tetapi juga sebagai bagian dari komunitas yang dilayani kebutuhannya. Wawancara menunjukkan bahwa banyak jamaah merasa “dirumahkan” kembali oleh masjid, dan itu membangkitkan semangat mereka untuk hadir lebih rutin.

Makna strategis dari pendekatan ini sejalan dengan ajaran Islam yang menekankan pentingnya *ta'āwun* atau saling tolong-menolong dalam kebaikan dan takwa, sebagaimana disebutkan dalam *Q.S. Al-Mā'idah [5]: 2*:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa...”. (*Q.S. Al-Mā'idah [5]: 2*)

Kehadiran program makan gratis bukan hanya sekadar memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga memperkuat nilai-nilai kebersamaan (*ukhuwah islamiyah*) dan kepedulian sosial yang menjadi ruh dari ajaran dakwah Islam (Arifin H.M., 2011).

Program ini bukan hanya berfungsi sebagai daya tarik jamaah, tetapi juga menjadi instrumen untuk membangun solidaritas sosial di lingkungan sekitar masjid. Keberlanjutan program ini menunjukkan bahwa kegiatan dakwah tidak harus berbentuk ceramah, tetapi bisa melalui aksi sederhana yang memberikan dampak besar secara spiritual maupun sosial.

Layanan kesehatan gratis juga termasuk dalam strategi ini. Bukan sekadar layanan medis, tetapi sebagai bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan jamaah. Emosi yang muncul—seperti rasa aman, dilindungi, dan dihargai—menjadi pengikat antara jamaah dan pengelola masjid. Lebih dari itu, program ini menunjukkan bahwa masjid tidak hanya hadir untuk kebutuhan ibadah, tetapi juga sebagai tempat perlindungan dan penyejahteraan umat. Penelitian oleh Fauzi (2019) mengungkapkan

bahwa strategi dakwah berbasis pelayanan sosial terbukti meningkatkan loyalitas jamaah terhadap institusi keagamaan (Fauzi M., 2019).

Selain itu, dalam program Jumat Kasep, strategi sentimental muncul melalui komunikasi langsung dan relasi personal antara pengurus masjid dan jamaah yang datang untuk potong rambut. Sapaan ramah dan interaksi ringan membuat jamaah merasa diterima tanpa syarat, yang kemudian membuka ruang untuk tumbuhnya kesadaran spiritual. Kontak interpersonal yang intens ini memberi ruang bagi terjadinya dakwah interpersonal yang bersifat persuasif dan menyentuh, sesuai dengan konsep *maw'izhah hasanah* (nasihat yang baik) dalam QS. *An-Nahl* [16]: 125:

أَدْخِلْ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

“Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk” (QS. An-Nahl [16]: 125)

Dalam suasana santai dan akrab, pesan-pesan agama dapat disampaikan dengan cara yang lebih membumi dan relevan dengan kehidupan sehari-hari jamaah. Selain memperhatikan aspek kebersihan dan kerapian dalam beribadah, program ini secara simbolik menumbuhkan rasa percaya diri dan penghargaan terhadap diri sendiri, terutama bagi jamaah yang berasal dari kalangan rentan. Dengan demikian, dakwah tidak hanya menyentuh aspek spiritual, tetapi juga martabat dan kemanusiaan.

Strategi Inderawi (*Al-Manhaj Al-Hissi*)

Strategi ini menekankan pada rangsangan pancaindra sebagai sarana dakwah (Moh. Ali Aziz, 2017). Dalam program makan gratis, misalnya, pengalaman visual (suasana ramai jamaah), penciuman (aroma makanan), dan pengecap (makanan yang disantap) menjadi media inderawi yang secara tidak langsung membentuk persepsi positif terhadap masjid. Dakwah tidak dilakukan dengan ceramah, tetapi dengan suasana yang membekas dalam pengalaman jasmani jamaah.

Layanan kesehatan juga memberi pengaruh inderawi yang kuat. Sentuhan saat pemeriksaan, perhatian dari petugas medis, serta alat-alat kesehatan yang digunakan memperkuat makna bahwa masjid adalah ruang yang tidak hanya spiritual, tetapi juga fungsional. Sedangkan dalam program Jumat Kasep, pengalaman inderawi sangat dominan. Proses potong rambut menyentuh sisi visual dan taktil (sentuhan), serta memberi sensasi langsung yang menyenangkan dan membekas. Aktivitas tersebut dilakukan dalam suasana religius yang membuat kegiatan fisik seperti potong rambut menjadi bagian dari pengalaman spiritual.

Dalam perspektif dakwah, pendekatan yang menyentuh aspek emosional dan pancaindra seperti ini mampu menciptakan *insight* keagamaan yang lebih kuat daripada dakwah verbal. Hal ini sejalan dengan pandangan Zarkasi (2020) bahwa sentuhan afektif dan sensori dalam aktivitas dakwah dapat menumbuhkan ketertarikan dan keterlibatan emosional masyarakat secara lebih dalam. Ketiga program yang dijalankan Masjid Baitul Huda tidak hanya membentuk loyalitas jamaah terhadap kegiatan masjid, tetapi juga berfungsi sebagai medium dakwah yang mengedepankan kemanfaatan nyata (Zarkasi M., 2020).

Pendekatan ini juga sejalan dengan spirit QS. *Al-Baqarah* ayat 267 yang menyerukan pentingnya memberi dari hal-hal yang baik dan bermanfaat:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ

“Wahai orang-orang yang beriman, infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu.” (Q.S. Al-Baqarah ayat 267)

Ayat ini menjadi landasan spiritual atas pentingnya pelayanan sosial sebagai wujud implementasi nilai Islam yang *rahmatan lil 'alamin*. Ketika masjid mampu menghadirkan pelayanan yang bermakna bagi kebutuhan fisik dan emosional jamaah, maka dakwah tidak lagi bersifat instruktif, tetapi transformasional.

Faktor Optimalnya Strategi Dakwah Bil Hal

Keberhasilan strategi dakwah *bil hal* di Masjid Baitul Huda tidak lepas dari beberapa faktor pendukung yang saling berkelindan. Pertama, adanya komitmen dan kesadaran tinggi dari pengurus masjid, yang tidak hanya memahami urgensi dakwah, tetapi juga mampu merancang dan mengelola program secara terencana dan konsisten. Pengurus menunjukkan kemampuan manajerial dan kepemimpinan sosial yang adaptif terhadap dinamika masyarakat urban. Kedua, keunikan program-program seperti makan gratis, layanan kesehatan, dan Jumat Kasep yang bersifat langsung menyentuh kebutuhan dasar masyarakat menjadikan dakwah lebih bermakna secara praktis dan emosional. Program ini tidak hanya memfasilitasi kebutuhan, tetapi juga menghadirkan masjid sebagai ruang empati dan solidaritas, menjadikan kegiatan dakwah lebih inklusif dan membumi.

Ketiga, dukungan aktif dari masyarakat sekitar, termasuk relawan dan donatur, menciptakan suasana kolaboratif yang memperkuat semangat kolektif dalam memakmurkan masjid. Bentuk partisipasi ini tidak bersifat pasif, tetapi menunjukkan model pemberdayaan jamaah di mana setiap individu merasa memiliki peran dalam keberlangsungan kegiatan masjid. Menurut Arifin (2021), keberhasilan dakwah di tingkat komunitas tidak hanya ditentukan oleh konten pesan dakwah, tetapi juga oleh kapasitas sosial yang dibangun antara pelaku dakwah dan penerima pesan (Arifin AZ, 2021). Terakhir, adanya konsistensi dalam pelaksanaan program, baik dari segi waktu, kualitas pelayanan, maupun komunikasi, membuat jamaah merasa dihargai dan nyaman. Jadwal yang tetap dan pelayanan yang ramah memperkuat kepercayaan jamaah terhadap pengelola masjid.

Kombinasi dari faktor-faktor ini menjadikan strategi dakwah *bil hal* yang diterapkan tidak hanya berhasil meningkatkan partisipasi jamaah, tetapi juga membentuk hubungan timbal balik yang kuat antara masjid dan komunitasnya. Masjid tidak lagi diposisikan sebagai institusi pasif yang hanya mengakomodasi ibadah ritual, melainkan sebagai aktor aktif dalam transformasi sosial. Oleh karena itu, model dakwah seperti ini layak untuk direplikasi di masjid-masjid lainnya dengan penyesuaian konteks lokal masing-masing.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan dan analisis, dapat dilihat bahwa strategi dakwah *bil hal* yang dilakukan oleh Masjid Baitul Huda berhasil menyentuh berbagai aspek kehidupan jamaah secara utuh baik secara emosional, fisik, maupun spiritual. Pendekatan ini menunjukkan efektivitas yang tinggi dalam membangun keterikatan masyarakat dengan masjid, dan menjadi model yang potensial untuk dikembangkan lebih luas.

Strategi dakwah *bil hal* yang diterapkan oleh Masjid Baitul Huda Kota Bandung terbukti menjadi pendekatan yang efektif dalam meningkatkan partisipasi jamaah serta memakmurkan masjid secara holistik. Melalui integrasi strategi sentimental (*al-manhaj al-‘athifi*) dan inderawi (*al-manhaj al-hissi*), program-program yang dilaksanakan tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik masyarakat, tetapi juga membangun keterikatan emosional dan pengalaman spiritual yang mendalam.

Program makan gratis setiap hari, layanan kesehatan gratis, dan Jumat Kasep menjadi bukti konkret bahwa dakwah dapat dilakukan melalui tindakan nyata yang menyentuh kehidupan sehari-hari jamaah. Ketiganya menjadikan masjid sebagai ruang yang inklusif, empatik, dan relevan di tengah dinamika masyarakat urban.

Keberhasilan strategi dakwah *bil hal* ini tidak terlepas dari beberapa faktor pendukung, seperti komitmen pengurus, keunikan program, dukungan komunitas, dan konsistensi pelaksanaan. Sinergi dari berbagai elemen tersebut membentuk model dakwah transformasional yang tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menghadirkan solusi nyata bagi kebutuhan umat.

Oleh karena itu, pendekatan dakwah *bil hal* sebagaimana diterapkan di Masjid Baitul Huda dapat menjadi model inspiratif yang layak untuk diadaptasi oleh masjid-masjid lain, khususnya dalam konteks masyarakat perkotaan yang membutuhkan pendekatan dakwah yang lebih aplikatif, humanis, dan membumi.

Saran

1. Bagi Pengurus Masjid Baitul Huda
Dianjurkan untuk terus menjaga konsistensi dan kualitas dari program-program dakwah bil hal yang telah berjalan, serta memperluas cakupan sasaran penerima manfaat. Pengurus juga dapat mempertimbangkan penguatan dokumentasi kegiatan agar dampak program lebih terukur dan dapat dijadikan referensi bagi pihak lain.
2. Bagi Masjid-Masjid Lain
Strategi dakwah bil hal yang diterapkan Masjid Baitul Huda dapat dijadikan model inspiratif dalam meningkatkan partisipasi jamaah, khususnya di wilayah urban. Namun, adaptasi harus disesuaikan dengan kondisi lokal, kebutuhan masyarakat sekitar, dan sumber daya yang tersedia.
3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Keagamaan
Dukungan kebijakan dan sinergi program antara pemerintah, lembaga zakat, dan pengurus masjid sangat dibutuhkan untuk memperluas dampak dakwah bil hal. Kolaborasi ini dapat memperkuat posisi masjid sebagai pusat layanan sosial dan spiritual masyarakat.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini membuka ruang bagi studi lanjutan terkait strategi dakwah bil hal di berbagai konteks masjid lainnya, baik di wilayah urban maupun rural. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan studi komparatif atau mengeksplorasi strategi dakwah lainnya yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat modern.

Ucapan Terimakasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua atas segala doa, dukungan, dan semangat yang tidak pernah putus selama proses penyusunan penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing I, Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag., dan dosen pembimbing II, Dr. Ahmad Muttaqin, S.Th.I., M.Hum., atas bimbingan, arahan, dan masukan berharga yang telah diberikan selama proses penelitian hingga artikel ini tersusun. Penulis juga mengapresiasi seluruh dosen dan tenaga kependidikan di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Bandung atas ilmu dan bantuan yang telah diberikan selama masa studi.

Daftar Pustaka

- Abdullah. (2020). *Ilmu Dakwah: Kajian Ontologi, Epistemologi, Aksiologi dan Aplikasi Dakwah*. Rajawali Pers.
- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuripublisher.com/person>
- Arifin AZ. (2021). *Dakwah pada Tingkat Komunitas: Konsep, Strategi, dan Praktik Sosial*. Kencana.
- Arifin H.M. (2011). *Ilmu Dakwah: Suatu Pengantar*. Kencana.
- Chaerul Sopyan. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah DKM Masjid Jami Nurul Falah dalam Meningkatkan Minat Ibadah Remaja. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 53–58. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3910>
- Farid M. (2021). Strategi dakwah kontekstual dalam masyarakat urban: pendekatan praktis berbasis kebutuhan jamaah. *Jurnal Komunikasi Islam*, 1.
- Fauzi M. (2019). Transformasi Strategi Dakwah di Era Digital dan Urban. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 13(1).

- Kholis, N., Mudhofi, M., Hamid, N., & Aroyandin, E. N. (2021). Dakwah Bil-Hal Kiai sebagai Upaya Pemberdayaan Santri (Action Da'wah by the Kiai as an Effort to Empower Students). *Jurnal Dakwah Risalah*, 32(1), 112. <https://doi.org/10.24014/jdr.v32i1.12866>
- Marzuki, & Hakim. (2022). *Fungsi sosial masjid dalam masyarakat urban*.
- Moh. Ali Aziz. (2017). *Ilmu Dakwah*.
- Muzakki A. (2016). Dakwah kultural dan pemberdayaan umat: studi pengembangan peran sosial masjid di masyarakat urban. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2.
- Ramadhan, & Luthfi. (2023). *Penurunan Partisipasi Jamaah Masjid di Kota Besar*.
- Randi Wahyu Rahmadhan, & Nandang HMZ. (2023). Strategi Dakwah DKM Jami Al-Huda kepada Masyarakat Urban dan Dampaknya terhadap Pemahaman Agama. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 55–62. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2284>
- Suud Sarim Karimullah. (2023). THE ROLE OF MOSQUES AS CENTERS FOR EDUCATION AND SOCIAL ENGAGEMENT IN ISLAMIC COMMUNITIES. *Jurnal Bina Ummat: Membina Dan Membentengi Ummat*, 6(2), 151–166. <https://doi.org/10.38214/jurnalbinaummatstidnatsir.v6i2.184>
- Zarkasi M. (2020). Dakwah Afektif dan Transformasi Sosial: Studi Strategi Nonverbal dalam Dakwah Masyarakat Perkotaan. *Jurnal Komunikasi Islam*, 1(10).