

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan keagamaan di Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani yang dilakukan oleh pengurus masjid menunjukkan fenomena menarik yang mencerminkan bagaimana hubungan erat diantara pengurus masjid dan juga jamaah. Hasil observasi awal yang telah dilakukan pada tanggal 31 Oktober 2025 memperlihatkan bahwa masjid ini tidak hanya menjadi tempat ibadah, tapi juga menjadi pusat kegiatan sosial, pendidikan, dan juga pelayanan umat. Letaknya yang strategis berada dekat dengan kawasan Gasibu Mini (Gasmin) menjadikan masjid ini ramai dikunjungi oleh jamaah dari berbagai latar belakang sosial dan juga aktivitas publik yang beragam.

Hasil observasi awal menemukan bahwa sebagian besar jamaah menyatakan bahwa mereka hadir secara rutin dalam berbagai kegiatan masjid, terutama salat berjamaah dan kajian. Bahkan pada waktu-waktu yang biasanya tidak ramai, seperti salat Subuh, jamaah yang hadir tetap banyak. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran ibadah yang telah melekat dalam diri jamaah. Menurut mereka, suasana masjid yang bersih, teratur, dan nyaman menjadi pendorong kuat untuk terus datang. Selain itu, imam dan penceramah yang kompeten, serta pelayanan pengurus yang ramah dan disiplin, menjadikan setiap kegiatan di masjid memiliki daya tarik tersendiri.

Jamaah di masjid ini meskipun merupakan masyarakat urban yang mempunyai latar belakang yang berbeda, namun mereka bersama-sama mempunyai rasa komitmen dan tanggung jawab moral terhadap kemajuan masjid. Hal itu terlihat dari kesediaan mereka mendukung kegiatan masjid, baik dengan menyumbangkan waktu, tenaga, maupun materi. Beberapa jamaah secara sukarela ikut membantu membersihkan masjid setiap pekan, sementara yang lain menjadi donatur tetap untuk program sosial seperti ATM Beras dan pendidikan tahfidz anak-anak. Menurut jamaah, komitmen mereka tumbuh karena melihat kesungguhan dan ketulusan pengurus dalam melayani. Sikap amanah dan terbuka dari pihak pengurus membuat jamaah merasa yakin bahwa setiap kontribusi yang diberikan digunakan untuk kemaslahatan umat. Hubungan yang terbangun tidak hanya bersifat fungsional, tetapi juga emosional

Kondisi ini tentunya menuntut pengurus masjid untuk menyediakan pelayanan yang responsif, ramah, dan profesional terhadap kebutuhan jamaah masjid. Hasil observasi awal juga menemukan tidak sedikit jamaah yang merasa memiliki kedekatan emosional dengan masjid yang bahkan berkata “merasa rugi” jika tidak hadir untuk shalat atau mengikuti kegiatan di masjid ini. Hal ini menjadi bukti bagaimana kesan masjid yang direpresentasikan dari kualitas pelayanan yang disuguhkan para pengurus kepada jamaah yang membentuk citra positif di benak jamaah Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani.

Citra positif masjid di sisi lain terbentuk dari kombinasi pelayanan fisik yang berupa kelengkapan fasilitas, kerapian, dan kebersihan, juga pelayanan nonfisik berupa disiplin waktu, keramahan, dan tentunya transparansi dari pengurus dalam mengelola kegiatan dan juga dana masjid.

Akan tetapi, sejumlah tantangan juga masih ditemukan, seperti kurangnya fasilitas tertentu, keterbatasan petugas keamanan, serta motivasi sebagian pengurus yang belum optimal sepenuhnya. Tantangan tersebut tentunya dapat berpengaruh terhadap persepsi jamaah dan keberlanjutan citra positif masjid, terutama di kalangan masyarakat urban seperti di Kota Bandung yang mengalami peningkatan ekspektasi terhadap pelayanan lembaga keagamaan.

Pew Research Center pada tahun 2024 mempublikasikan hasil survei dari 102 negara dan wilayah yang dilakukan antara tahun 2008 dan 2023 yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk salah satu negara dengan tingkat religiusitas terbesar di dunia, yang mana 98% responden menyatakan bahwa agama memiliki peran sentral dalam kehidupan sosial mereka (*Pew Research Center*, 2024). Hasil ini menunjukkan bahwa tingkat religiusitas berdampak pada ekspektasi masyarakat terhadap lembaga keagamaan yang salah satunya masjid, terutama dalam hal pelayanan.

Masjid hari ini harus mampu berfungsi sebagai pusat informasi, pendidikan, pelayanan sosial, pemberdayaan ekonomi, serta ruang penguatan harmoni sosial (Abdullah, 2018). Selain itu, Riset Kementerian Agama RI (2020) menemukan bahwa lebih dari 60% masalah manajemen masjid di Indonesia berkaitan dengan lemahnya tata kelola pelayanan, komunikasi pengurus, dan belum optimalnya

pengelolaan kegiatan. Persepsi jamaah terhadap masjid pada era digital sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pengurus.

Penelitian terdahulu memberikan gambaran penting, namun masih menyisakan ruang kosong. Wahyudi (2023) menekankan usaha masjid dalam melayani jamaah dari program-program yang ada dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap jamaah. Penelitian Romadhani (2024) berfokus pada manajemen masjid dan minat masyarakat, sedangkan jurnal Tafaul et al. (2025) lebih menyoroti pengaruh pelayanan melalui pendekatan kuantitatif. Ronaydi (2024) membahas tentang perbedaan pada sisi manajemen masjid secara keseluruhan dari dua masjid.

Penelitian M. Tahir (2022) meneliti tentang bagaimana peran Masjid Aisyah Islamic Center Al-Hunafa Lawata sebagai pusat dakwah dan Pendidikan Islam, dan bagaimana manajemen masjid pada Masjid Aisyah Islamic Center Al-Hunafa Lawata Mataram sebagai pusat dakwah dan Pendidikan Islam. Dengan demikian, belum ada penelitian yang mengkaji secara komprehensif bagaimana kualitas pelayanan pengurus dalam pembentukan citra positif masjid di benak jamaahnya, khususnya melalui pendekatan fenomenologi.

Berdasarkan hal itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam membentuk citra positif masjid. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian manajemen dakwah juga memberikan panduan praktis bagi pengurus masjid dalam meningkatkan pelayanan dan memperkuat persepsi dan kesan positif jamaah terhadap masjid.

B. Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada analisis persepsi pengurus masjid dalam memaknai kualitas pelayanan pengurus dalam upaya pembentukan citra kelembagaan masjid. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna dari kualitas pelayanan pengurus dari sudut pandang pengurus itu sendiri di Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam membangun citra positif masjid di benak jamaahnya.

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, dirumuskan beberapa pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek fisik?
2. Bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek keandalan?
3. Bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek daya tanggap?
4. Bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek jaminan?
5. Bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek empati?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek fisik.

2. Mengetahui bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek keandalan.
3. Mengetahui bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek daya tanggap.
4. Mengetahui bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek jaminan.
5. Mengetahui bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra masjid pada aspek empati.

D. Kegunaan Penelitian

1. Akademis

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen dakwah, khususnya dalam memahami peran kualitas pelayanan pengurus dalam pembentukan citra positif masjid di mata jamaah berdasarkan pengalaman nyata dari pengurus itu sendiri. Penelitian ini memperkaya literatur dengan mengintegrasikan teori *SERVQUAL* dan *Brand Image* dalam konteks kelembagaan masjid. Hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi akademis bagi mahasiswa, dosen, dan peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa.

Penelitian ini juga diharapkan mampu memperluas pengetahuan bagi pembaca mengenai makna kualitas pelayanan dari perspektif pengurus masjid. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi pengembangan penelitian selanjutnya.

2. Praktis

Secara praktis, penelitian ini memberikan kontribusi bagi beberapa pihak dalam pelaksanaan secara praktik di lapangan. Penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan, baik pelayanan fisik (fasilitas, kebersihan, kenyamanan) maupun nonfisik bagi pengurus masjid besar Baitul Muttaqin Antapani dan juga menjadi model atau rujukan untuk pengurus masjid yang lain.

Penelitian ini juga dapat dijadikan materi akademik dalam mata kuliah manajemen masjid, pelayanan publik berbasis keagamaan, dan manajemen organisasi keislaman. Temuan penelitian dapat memperkaya diskusi mengenai tata kelola masjid modern di era urban dan digital. Terakhir, penelitian ini memberikan pemahaman tentang pentingnya hubungan timbal balik antara kualitas pelayanan pengurus dengan keterlibatan jamaah melalui kesan jamaah yang terbentuk lewat citra masjid.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu ini merupakan referensi bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Hal ini juga dimaksudkan untuk mengemukakan teori-teori yang relevan dengan topik dan permasalahan yang akan diteliti perihal kualitas pelayanan dan citra masjid di Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani, dan juga bermaksud untuk menghindari kesamaan dari penelitian sebelumnya. Berdasarkan pencarian kepustakaan baik secara offline maupun online yang telah dilakukan, peneliti

menemukan beberapa hasil penelitian yang mengangkat tema manajemen strategi masjid dalam pembahasannya yang diteliti oleh peneliti lain.

Pertama, Skripsi yang ditulis oleh Nuno Arizky Wahyudi yang berjudul “Optimalisasi Pelayanan Program Masjid dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jamaah: Studi Deskriptif pada Masjid Besar Ar-Rahman Tegal Gundil Bogor Utara” pada tahun 2023 Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Penelitian ini membahas tentang usaha masjid dalam melayani jamaah dari program-program yang ada dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan terhadap jamaah.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan metode penelitian studi kasus, dan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa upaya meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas adalah langkah positif, masjid andal dalam menyediakan layanan sesuai janji, memberikan jaminan pelayanan melalui aspek keamanan fisik, kompetensi pengurus, serta penerapan prinsip empati oleh pengurus masjid.

Kedua, skripsi yang ditulis oleh M. Ali Wafa Romadhani yang berjudul “Manajemen Masjid dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap Kegiatan Keagamaan di Masjid Al-Ghofilin Kampung Panili Jember” pada tahun 2024 Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Kiyai Haji Achmad Siddiq Jember. Penelitian ini berfokus pada idarah (manajemen) masjid dan bagaimana

pengurus menggunakan manajemen tersebut untuk menarik jamaah mengikuti kegiatan keagamaan, yang sangat berkaitan dengan citra positif masjid yang terbentuk di benak jamaah.

Penelitian ini membahas tentang konsep Idarah, Imarah, dan Riayah Masjid dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap kegiatan keagamaan di masjid sehingga kesan positif masyarakat semakin baik dan kuat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masjid yang diteliti baik dalam pelaksanaan Imarah dan Riayah namun terdapat kekurangan dalam Idarah Masjid dalam segi struktural. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan pengurus masjid, pengamatan langsung, dan dokumentasi.

Ketiga, artikel jurnal yang ditulis M Tahir yang berjudul: “Optimalisasi Manajemen Masjid pada Masjid Aisyah Islamic Center Al-Hunafa Lawata Mataram sebagai Lembaga Dakwah dan Pendidikan Islam” Volume 10, Nomor 2, November 2022. Penelitian ini membahas tentang bagaimana peran Masjid Aisyah Islamic Center Al-Hunafa Lawata sebagai pusat dakwah dan Pendidikan Islam, dan bagaimana manajemen masjid pada Masjid Aisyah Islamic Center Al-Hunafa Lawata Mataram sebagai pusat dakwah dan Pendidikan Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menjadikan pengurus Masjid sebagai sumber utama yang data-datanya digali menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan. bahwa Masjid Aisyah Islamic Center Al-Hunafa

Lawata Mataram masih tetap berperan sebagai Masjid multifungsi yakni sebagai pusat peribadatan, pusat dakwah dan kajian pusat pendidikan formal dan nonformal serta berkembang menjadi pusat kegiatan bakti sosial lainnya. Optimalisasi keseluruhan peran masjid dilaksanakan dengan mengoptimalkan keseluruhan fungsi manajemen mencakup planning atau perencanaan, actuating atau pelaksanaan, organizing atau pengorganisasian dan *controlling* atau evaluasi.

Keempat, artikel jurnal yang ditulis oleh Tafaul Mujahudin, Hari Santoso Wibowo, dan Faturrahman Masrukan yang berjudul: “Kualitas Layanan dan Kepuasan Jamaah Masjid melalui Pendekatan Model SERVQUAL” Volume 10 no. 4 tahun 2025 Jurnal Manajemen Dakwah. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keadaan di lapangan yang menunjukkan bahwa Masjid Besar Al-Falah Jakarta Timur memiliki sistem manajemen profesional, kualitas layanan yang baik, dan program sosial yang berkelanjutan. Meskipun demikian, pengukuran akademik secara sistematis terhadap kualitas layanan masjid ini belum pernah dilakukan untuk mengetahui sejauh mana aspek layanan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan jamaah.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan menggunakan metode survei kepada sampel yang berjumlah 120 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan jamaah dengan nilai R^2 sebesar 0,6677. Dimensi tangible, reliability, dan responsiveness memiliki pengaruh positif

dan signifikan, sedangkan assurance dan empathy tidak berpengaruh. Dimensi responsiveness menjadi faktor dominan dalam membentuk kepuasan jamaah, yang menegaskan pentingnya kesigapan dan kecepatan pengurus dalam memberikan pelayanan.

Kelima, tesis yang ditulis Muhammad Ronaydi pada tahun 2024 Program Magister Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta yang berjudul: “Manajemen Masjid dalam Pemberdayaan Umat (Studi Komparasi pada Masjid Agung Al-Jihad Ciputat dan Masjid Raya Bintaro Jaya”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana perbedaan pada manajemen masjid yang dilakukan oleh kedua pengurus Masjid Agung Al-Jihad Ciputat, dan Masjid Raya Bintaro Jaya terutama dalam masalah pemberdayaan umat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Jenis Pendekatan Kualitatif dengan teknik Observasi, Dokumentasi dan Wawancara kepada pengurus yang terkait di dalam masjid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua masjid tersebut memiliki perbedaan yang terlihat diantaranya pada aspek ekonomi dan sosial. Kegiatan yang dilakukan Masjid Agung Al-Jihad lebih berfokus pada aspek keagamaan sehingga aspek pendidikan dan ekonomi sosial lebih sedikit, pengurus Masjid Agung Al-Jihad Ciputat juga belum memakai teknologi dalam kegiatan dakwah yang dilakukan. Sedangkan Masjid Raya Bintaro Jaya selalu melakukan kegiatan kegiatan yang inovatif pada aspek keagamaan, pendidikan dan ekonomi sosial di masyarakat serta sudah mulai memakai teknologi dalam kegiatan dakwahnya. Perbedaan

yang ditemukan yaitu kurangnya keikutsertaan anak muda di Masjid Agung Al-Jihad sehingga kurang adanya inovasi di setiap kegiatan.

2. Landasan Teoritis

SERVQUAL (*Service Quality*) merupakan suatu model pengukuran kualitas layanan yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan Leonard L. Berry pada tahun 1988 untuk menilai sejauh mana layanan yang diterima pelanggan sesuai dengan layanan yang diharapkan. Servqual memandang kualitas layanan sebagai perbedaan (gap) antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan. Bila persepsi melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas; sebaliknya, jika persepsi lebih rendah dari harapan, pelayanan dianggap rendah kualitasnya (Parasuraman et al., 1988).

Konsep Servqual menjadi salah satu model paling populer dalam penelitian manajemen pelayanan, pemasaran jasa, dan pengelolaan lembaga non-profit seperti masjid. Hal ini karena Servqual memberikan pendekatan multidimensi yang memudahkan organisasi mengidentifikasi aspek-aspek layanan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kepuasan dan kesan positif jamaah (Zeithaml et al., 2003).

Model Servqual berangkat dari teori *disconfirmation paradigm*, yaitu teori yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan muncul dari proses perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja aktual. Jika terdapat ketidaksesuaian antara harapan (*expectation*) dan kenyataan (*performance*), maka muncul gap dalam pelayanan (Oliver, 1997).

Konsep ini juga banyak dirujuk juga dikembangkan dalam literatur manajemen pemasaran jasa di Indonesia. Kualitas pelayanan sendiri adalah tingkat keunggulan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini selaras dengan apa yang dikemukakan oleh Parasuraman yang menekankan adanya kesenjangan atau *gap* antara harapan dan persepsi pelanggan (Tjiptono, 2014).

Dalam konteks pelayanan berbasis keagamaan seperti masjid, pendekatan *Servqual* sangat relevan karena jamaah memiliki ekspektasi tertentu terhadap pelayanan spiritual, fasilitas, keramahan pengurus, serta pengalaman ibadah secara keseluruhan. Parasuraman et al. (1988) mengidentifikasi lima dimensi utama *Servqual* sebagai indikator pokok pengukuran kualitas pelayanan. Kelima dimensi ini sering digunakan dalam berbagai penelitian di sektor publik, pendidikan, kesehatan, perbankan, hingga lembaga keagamaan:

a. *Tangibles* (Bukti Fisik)

Dimensi ini mengacu pada aspek-aspek fisik yang dapat dilihat secara langsung oleh pengguna layanan, seperti kebersihan, fasilitas, kelengkapan sarana prasarana, dan tampilan petugas. Dalam manajemen jasa sendiri, bukti fisik menjadi hal yang penting karena jasa bersifat tidak berwujud (*intangible*). Maka, pelanggan sering menggunakan indikator fisik sebagai dasar dalam membentuk persepsi awal terhadap kualitas layanan.

Menurut Lupiyoadi (2013), karena jasa tidak dapat dilihat sebelum dikonsumsi, maka konsumen cenderung mengandalkan petunjuk fisik sebagai indikator kualitas. Dimensi ini bukan semata-mata hanya sekedar elemen estetika, namun juga menjadi pembentuk citra profesionalitas dari organisasi maupun lembaga (Lupiyoadi, 2013).

b. *Reliability* (Keandalan)

Dimensi ini mengukur kemampuan organisasi untuk memberikan layanan secara tepat, akurat, dan konsisten sesuai janji. Layanan yang reliabel menunjukkan profesionalisme dan integritas lembaga. Keandalan merupakan inti dari kualitas pelayanan karena pelanggan pada dasarnya menginginkan layanan yang bebas kesalahan dan sesuai dengan harapan. Reliabilitas juga merupakan kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara dapat diandalkan dan akurat.

Keandalan sendiri merupakan fondasi utama dalam membangun loyalitas pelanggan. Hal tersebut seperti ketepatan waktu pelayanan, akurasi pencatatan, konsistensi pelayanan, minimnya kesalahan layanan, dan kemampuan memenuhi janji layanan. Tanpa keandalan, dimensi lainnya menjadi kurang bermakna karena pelanggan tidak akan mempercayai penyedia jasa yang sering melakukan kesalahan dan tidak andal dalam melayani juga melaksanakan tugasnya (Lupiyoadi, 2013).

c. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Dimensi ini merujuk pada kemauan dan kesiapan pengurus untuk membantu jamaah dan memberikan layanan secara cepat. Dimensi daya tanggap ini tentunya menekankan terhadap kecepatan respon juga kesiapan organisasi dalam menangani permasalahan ataupun keluhan dari pelanggan (Parasuraman, 1988).

Daya tanggap yang baik tentunya dapat menciptakan persepsi bahwa organisasi peduli terhadap kebutuhan pelanggannya, diantaranya seperti kecepatan dalam melayani, kesiapan membantu pelanggan, kejelasan informasi yang diberikan, dan ketanggapan dalam menangani keluhan. Jika organisasi lambat dalam memberikan tanggapan, tentunya hal itu dapat menimbulkan ketidakpuasan bahkan sebelum layanan diberikan.

d. *Assurance* (Jaminan)

Dimensi ini mencerminkan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, serta kemampuan petugas dalam menimbulkan rasa percaya dan aman bagi pengguna layanan. *Assurance* sendiri berkaitan dengan kompetensi, kredibilitas, keamanan, serta kemampuan komunikasi (Parasuraman, 1988).

Dimensi jaminan ini sangat memperhatikan tentang kompetensi dan profesionalitas petugas, keamanan layanan, kesopanan dan etika pelayanan, kemampuan menjelaskan informasi, dan kredibilitas organisasi. *Assurance* berperan dalam membentuk

kepercayaan pelanggan (*customer trust*). Kepercayaan inilah yang menjadi modal utama dalam menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Lupiyoadi, 2013).

e. *Empathy* (Empati)

Dimensi empati ini merupakan kemampuan organisasi untuk memberikan perhatian personal, memahami kebutuhan jamaah, dan bersikap lembut serta penuh kepedulian. Empati mencerminkan kemampuan organisasi dalam memahami kebutuhan, keinginan, dan kondisi unik setiap pelanggan (Parasuraman, 1988).

Dimensi empati ini bukanlah sekedar keramahan yang ditunjukkan, tapi juga bagaimana organisasi atau petugas dapat memahami secara mendalam terhadap pelanggan. Empati juga berarti memberikan perhatiann yang tulus kepada setiap pelanggan. Hal itu bisa tercermin dari kemudahan dihubungi, perhatian dan komunikasi personal, pemahaman kebutuhan pelanggan, operasional yang fleksibel (Tjiptono, 2014).

Kualitas pelayanan ini tentunya tidak hanya relevan bagi organisasi bisnis saja, tetapi juga bisa diaplikasikan pada organisasi keagamaan, termasuk kepengurusan DKM masjid. Sebagai institusi sosial-keagamaan, masjid tidak sekadar menjadi tempat ibadah, melainkan pusat pembinaan umat, pelayanan sosial, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat. Oleh karena itu, pengurus masjid memegang peran strategis dalam menciptakan pelayanan yang berkualitas bagi jamaah.

3. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual dalam penelitian ini disusun untuk menggambarkan bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam pembentukan citra positif masjid di benak jamaah. Hal ini menjadi cerminan bagaimana manajemen masjid yang dijalankan pengurus di masjid ini berjalan dengan optimal dan juga efektif.

Manajemen masjid sendiri merupakan prosedur maupun proses pengelolaan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan terhadap seluruh program-program masjid agar tujuan untuk memakmurkan masjid dan memaslahatkan umat dapat tercapai secara efektif dan efisien. Masjid Besar Baitul Muttaqin sendiri sebagai lembaga keagamaan memiliki fungsi multidimensional, sehingga manajemennya harus mencerminkan nilai keteraturan (*tanzīm*), profesionalitas (*itqān*), dan keberlanjutan (*istimrāriyah*) sebagaimana dianjurkan dalam ajaran Islam (Abdullah, 2018).

Secara struktural, manajemen masjid mencakup berbagai komponen utama, yaitu *idarah*, *imarah*, dan *ri'ayah*.

- a. *Idarah* berkaitan dengan aspek administratif, seperti pengelolaan organisasi, perencanaan program, pengelolaan keuangan, serta sistem informasi masjid.

- b. *Imarah* terkait aktivitas pembinaan keagamaan seperti kajian, dakwah, pembelajaran Al-Qur'an, dan pengembangan ruhani jamaah.
- c. *Ri'ayah* mencakup pemeliharaan fasilitas fisik masjid seperti kebersihan, keamanan, struktur bangunan, dan kenyamanan lingkungan (Yusanto & Widjajakusuma, 2002).

Dalam literatur kontemporer, manajemen masjid juga dipahami sebagai bentuk pelayanan publik berbasis keagamaan (*faith-based public service management*). Masjid berperan sebagai institusi sosial yang menyediakan pelayanan ibadah, konsultasi keagamaan, edukasi, pemberdayaan ekonomi, dan kepedulian sosial. Karena fungsi ini, manajemen masjid harus memperhatikan prinsip transparansi, akuntabilitas, responsivitas, dan partisipasi jamaah sebagai pemangku kepentingan utama.

Aspek pelayanan pengurus masjid terhadap jamaah sangatlah krusial karena menjadi salah satu fungsi yang sangat penting dalam membentuk hubungan yang baik dengan jamaah. Teori *SERVQUAL* oleh Parasuraman, yang dalam hal ini tentang bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus masjid membentuk citra positif masjid di mata jamaahnya sehingga mereka memiliki kedekatan emosional dengan masjid karena kesan yang dibentuk lewat pelayanan berkualitas yang diberikan oleh pengurus masjid.

Citra positif masjid yang terbentuk di benak jamaah dalam hal ini tidak hanya dibentuk dari apa yang dilihat, tetapi juga dari apa yang dirasakan, dialami, dan diyakini. Dalam konteks organisasi keagamaan, *brand image* menjadi penting karena mempengaruhi cara jamaah memandang kredibilitas, reputasi, dan kualitas pelayanan masjid. Dalam konsep *brand image* yang dikemukakan oleh Aaker tahun 1997, citra merupakan persepsi, keyakinan, dan kesan yang tertanam dalam benak konsumen terhadap suatu merek atau lembaga (Aaker, 1997).

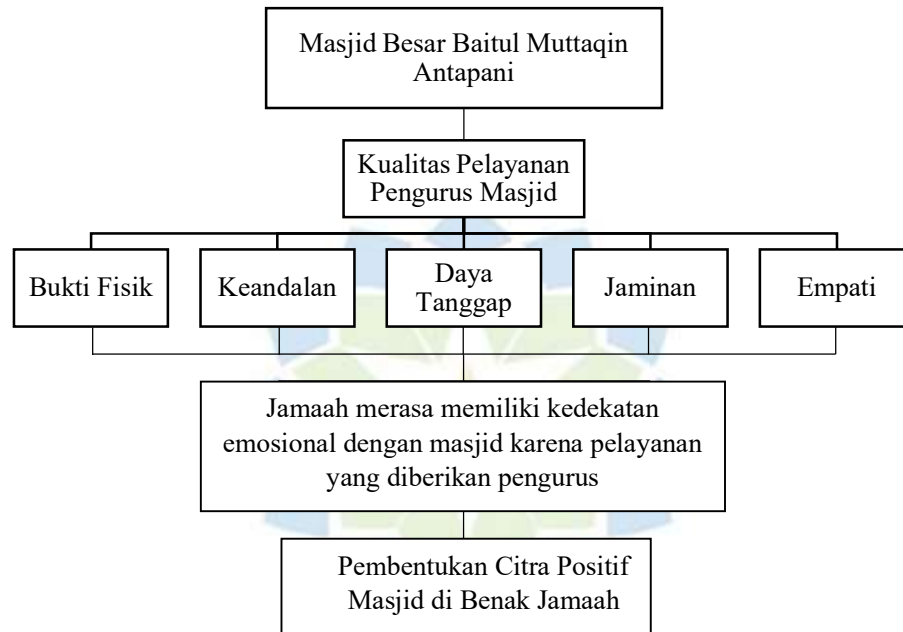
Citra juga merupakan sekumpulan asosiasi yang terbentuk dan melekat dalam pikiran konsumen terhadap suatu entitas, baik berupa lembaga, produk, maupun organisasi non-profit seperti masjid. Hal ini berakar pada teori asosiasi kognitif, di mana persepsi seseorang terbentuk dari berbagai stimulus, pengalaman, dan informasi yang diterima secara kontinu (Solomon, 2018).

Ada beberapa aspek yang penting dalam hal pembentukan citra positif suatu Lembaga atau organisasi, yaitu reputasi sosial yang merupakan aset penting yang memengaruhi kepercayaan publik terhadap lembaga, citra moral yang menjadi bagian dari citra merek yang berhubungan dengan nilai-nilai kepercayaan, kejujuran, dan etika organisasi, citra pelayanan yang berkaitan erat dengan konsep kualitas layanan (*Servqual*), serta terakhir, citra fasilitas dan aktivitas, yang merupakan elemen penting dalam pembentukan persepsi konsumen terhadap suatu lembaga.

Kerangka Konseptual

Kualitas Pelayanan Pengurus dalam Pembentukan Citra Positif Masjid

Studi Fenomenologi Pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani



Dengan demikian, fokus utama dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana bentuk dan kualitas pelayanan pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani dalam membentuk citra positif masjid di mata jamaahnya sehingga mereka memiliki kedekatan emosional dengan masjid karena kesan yang dibentuk lewat pelayanan berkualitas yang diberikan oleh pengurus masjid.

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah pemahaman yang mendalam tentang bagaimana pengurus masjid selalu mengusahakan pelayanan terbaik untuk para jamaah salah satunya dengan setiap aspek yang telah dipenuhi oleh para pengurus dalam memberikan pelayanan sebagaimana menurut teori *SERVQUAL* yaitu *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati).

4. Sistematika Pembahasan

Bab I berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan konteks dan latar belakang dari permasalahan yang diangkat yang merupakan fondasi awal dari penelitian. latar belakang masalah yang menjadi pendorong utama dilaksanakannya penelitian ini diuraikan secara rinci yang mencakup kondisi aktual pelayanan pengurus masjid, fakta dan data, tujuan penelitian sebagai arah utama yang ingin dicapai, serta manfaat penelitian yang diharapkan dapat memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis, dan langkah-langkah penelitian.

Bab II berisi tinjauan teoritis yang menjelaskan tentang teori yang digunakan berisi kajian teori yang menjadi dasar analisis dalam penelitian ini. Teori utama yang digunakan adalah *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang menganalisis kualitas pelayanan pada aspek *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), dan *Empathy* (Empati). Bab ini juga menguraikan konsep manajemen masjid dan *brand image* yang dalam hal ini citra masjid.

Bab III berisi hasil dan pembahasan yang menjelaskan terkait gambaran umum seperti profil Masjid Besar Baitul Muttaqin, visi, misi, struktur organisasi kepengurusan masjid, dan program yang dijalankan. Bab ini juga menjelaskan pembahasan dari hasil penelitian setiap aspek *Servqual* yang diteliti berdasarkan setiap data yang diperoleh dan diolah melalui triangulasi data dari berbagai sumber, juga menggunakan kacamata analisis dari tinjauan teoritis yang relevan dan tercantum di bab sebelumnya.

F. Langkah-langkah Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani yang terletak di Jl. Purwakarta No.171, Antapani Tengah, Kec. Antapani, Kota Bandung, Jawa Barat 40291. Alasan peneliti memilih lokasi ini dikarenakan masjid ini memiliki kesesuaian dengan topik yang peneliti angkat dalam penelitian ini. Melihat akan fenomena pelayanan keagamaan di masjid ini menunjukkan dinamika menarik yang mencerminkan hubungan erat antara pengurus masjid dan jamaah, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di tempat ini.

2. Paradigma dan Pendekatan

Paradigma yang digunakan peneliti adalah paradigma konstruktivistik. Adapun paradigma konstruktivistik merupakan perspektif penelitian yang memandang realitas sebagai konstruksi sosial yang dibentuk melalui interaksi individu dengan lingkungannya (Sugiono, 2019).

Paradigma ini dipilih karena dianggap tepat dalam membantu membangun interpretasi peneliti terhadap objek penelitian dalam penelitian ini. Peneliti berperan aktif dalam memahami makna yang diciptakan oleh subjek penelitian, sehingga hasil penelitian bersifat subjektif dan kontekstual.

Pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif. Adapun pendekatan kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dalam konteksnya yang alami. Peneliti menjadi instrumen utama, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, atau dokumen, dan dianalisis secara induktif (Moleong, 2017)

Pendekatan kualitatif dipilih karena dianggap tepat dalam membantu peneliti dalam meneliti secara deskriptif terhadap keadaan objek penelitian. Peneliti dalam menggunakan pendekatan kualitatif ini meneliti secara mendalam yang hasilnya bisa mendeskripsikan setiap apa yang ditemukan oleh peneliti di lapangan.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti adalah Metode Fenomenologi. Fenomenologi sendiri merupakan metode penelitian kualitatif yang berfokus pada deskripsi makna pengalaman hidup dari beberapa orang tentang suatu fenomena atau konsep tertentu (Creswell, 2017).

Metode penelitian Fenomenologi dipilih karena dianggap tepat dalam membantu peneliti memahami permasalahan secara terperinci dari objek penelitian. Penelitian ini berusaha memahami esensi atau makna mendasar dari pengalaman tersebut dengan cara mengkaji apa yang dialami partisipan secara mendalam, termasuk aspek-aspek luar dan batiniahnya.

4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang di ambil dalam penelitian ini yaitu data kualitatif yakni mengenai gambaran umum terkait Kualitas Pelayanan Pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani. Untuk mendapatkan data tersebut peneliti mendatangi secara langsung ke tempat yang menjadi objek penelitian yaitu Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani.

Adapun sumber data dalam Penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

a. Sumber Data Primer

ialah data yang peneliti peroleh dan kumpulkan dari individu-individu selaku para pemangku kepentingan dari Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani. Dalam hal ini peneliti menggunakan data yang didapatkan dari hasil wawancara dengan beberapa narasumber yaitu:

- 1) Ketua DKM Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani
- 2) Staf Kepengurusan DKM Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani
- 3) Ketua Takmir Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani
- 4) Jamaah tetap Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani

b. Sumber Data Sekunder

Ialah data yang peneliti peroleh dan kumpulkan dari hasil literatur jurnal, buku-buku, artikel, dan juga arsip terkait kualitas pelayanan pengurus dan citra Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani.

5. Teknik Pengumpulan Informan

Peneliti menggunakan teknik *snowball sampling* untuk menentukan informan, yaitu metode pemilihan sumber data yang dilakukan secara bertahap berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti mengidentifikasi individu yang dianggap mampu menyampaikan data yang valid dan terpercaya.

Informan utama pada penelitian ini adalah ketua DKM, staf kepengurusan DKM, ketua takmir, dan jamaah tetap dari Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani karena dianggap menjadi sumber data yang sangat vital berdasarkan rekomendasi dari informan sebelumnya, sehingga pemilihan informan didasarkan pada individu yang memiliki kemampuan mendalam, pemahaman yang luas, serta kompetensi dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang relevan dengan bidang kajian.

6. Teknik Pengumpulan Data

Karena penelitian ini adalah penelitian lapangan, maka data yang digunakan diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dianggap tepat dalam mendapatkan data secara mendalam.

a. Observasi

Peneliti menggunakan teknik observasi yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara jelas tentang situasi dan kondisi yang sebenarnya tentang Kualitas Pelayanan Pengurus di Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani, sehingga dapat diketahui bagaimana sebenarnya keadaan yang dipertanyakan.

Observasi sendiri merupakan cara mengumpulkan data yang didapatkan melalui penelitian baik secara langsung maupun tidak secara langsung menuju ke objek yang akan diteliti. Metode ini menggunakan pengamatan atau penginderaan langsung terhadap suatu benda, kondisi, situasi, proses atau perilaku (Creswell, 2017).

b. Wawancara

Peneliti menggunakan teknik wawancara dan datang ke beberapa narasumber seperti Ketua DKM Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani, dan beberapa narasumber yang bersangkutan lainnya guna dimintai keterangan dan data yang dibutuhkan.

Wawancara sendiri merupakan pertemuan antara periset dan responden (narasumber), dimana jawaban responden akan menjadi data mentah, guna bahan yang akan di selesaikan (Creswell, 2017).

c. Dokumentasi

Peneliti menggunakan teknik dokumentasi dan mengambil beberapa sumber dokumentasi dari pelaksanaan, serta mengambil dokumen dari beberapa sumber yang terpercaya perihal Kualitas

Pelayanan Pengurus Masjid Besar Baitul Muttaqin Antapani.

Dokumentasi sendiri merupakan data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, foto, surat kabar, media online, majalah, prasasti, rapat, agenda dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian (Creswell, 2017).

7. Teknik Penentuan Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, validitas data dijamin melalui penerapan teknik triangulasi. Triangulasi adalah metode yang digunakan untuk memverifikasi keabsahan data dengan memanfaatkan sumber lain di luar data utama sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh (Moleong, 2017). Peneliti melakukan triangulasi dengan membandingkan hasil wawancara dengan informasi dari data dan dokumen yang relevan.

8. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari pengumpulan informasi diolah melalui teknik analisis data agar dapat disajikan dalam bentuk yang mudah dipahami.

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan dengan memilih, menyederhanakan, dan mengelompokkan data yang relevan. Tahapan yang dilakukan meliputi:

- 1) Menyeleksi Data, yaitu memilih dan menyusun pertanyaan untuk memperoleh jawaban yang sesuai.

- 2) Meringkas, yaitu menyusun uraian singkat tanpa mengubah makna atau esensi data.
- 3) Menggolongkan, yaitu mengelompokkan data berdasarkan pola, kategori, atau tema tertentu.

b. Penyajian Data (*Display Data*)

Data yang sudah peneliti reduksi tadi seterusnya disusun secara sistematis untuk memudahkan pemahaman, baik dalam bentuk narasi teks maupun visualisasi seperti tabel, grafik, atau bagan.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Setelah data disajikan, maka barulah tahap akhir dilakukan peneliti berupa penarikan kesimpulan yang terverifikasi, memastikan makna dan kebenarannya sesuai dengan data penelitian sehingga hasilnya kredibel.