

semua kualitas-kualitas tersebut. Fungsi kreativitas adalah memunculkan ide-ide tentang program pengembangan masjid. Fungsi kesediaan mengeluarkan dana adalah agar program bisa tetap berjalan, sekalipun misalnya kas masjid sangat terbatas. Pengalaman organisasi memungkinkan pengurus mengelola program secara tertib dan disiplin, seberapa banyakpun program tersebut. Sedangkan teknologi informasi berfungsi untuk pengembangan syi'ar dakwah masjid, misalnya melalui pembuatan aplikasi program *streaming* radio, *fanpage* di Facebook, Youtube atau media sosial lainnya.

Sedangkan di Masjid Al-Falah, kualitas yang diutamakan dalam mencari pengurus antara lain kemampuan, aqidah dan akhlaq. Kemampuan dilihat dari pengalaman kerja atau pengalaman organisasi sebelumnya. Aqidah fungsinya untuk memastikan pengurus masjid Al-Falah sejalan dengan ajaran aqidah jumbuh ulama', dan tidak mengikuti ajaran aqidah kelompok yang dianggap tidak sesuai seperti Syi'ah dan sejenisnya. Sedangkan akhlaq diutamakan tidak memiliki atau melakukan tindakan-tindakan yang amoral.

Dapat dilihat adanya perbedaan kualifikasi SDM yang dibutuhkan oleh kedua masjid tersebut. Misalnya secara spesifik untuk pengurus Al-Abror dibutuhkan SDM yang memiliki kompetensi aplikasi program *streaming* radio, sedangkan di Al-Falah tidak ada kebutuhan ini. Juga, di Al-Abror perlu ada dari jajaran pengurus, orang yang mampu keluar dana membantu program jika dibutuhkan. Hal ini dipengaruhi oleh kebutuhan masing-masing masjid tersebut. Setiap peran atau pekerjaan di organisasi membutuhkan spesifikasi orang tertentu,

kinerjanya lebih efisien. Selain itu, calon dari internal telah diketahui rekam jejaknya, sehingga mengurangi spekulasi terhadap kualitas kinerjanya di masa yang akan datang. Meski demikian, sumber internal tidak selalu menjawab seluruh kebutuhan organisasi, khususnya jika organisasi sedang berupaya untuk membuat program-program pengembangan yang mensyaratkan adanya kualifikasi tertentu yang tidak banyak dimiliki oleh SDM internal saat ini. Bisa pula untuk pertimbangan kecepatan akhirnya diputuskan mencari SDM dari luar organisasi.

Dalam penelitian ini, Masjid Al-Abror dan Al-Falah juga menggunakan pengurus lamanya sebagai bagian dari pengurus baru di periode ini. Banyak dari mereka diminta menjadi pengurus lagi di periode ini. Terutama karena kualifikasi mereka sudah terlihat, sudah terbiasa bekerja bersama-sama, dan terbukti hasilnya baik. Agar pengurus lama bersedia menjadi pengurus lagi di periode berikutnya, terutama diperlukan adanya lingkungan kerja yang baik, positif dan memberikan pembelajaran secara terus menerus. Dengan lingkungan yang positif, maka motivasi bekerja juga akan terus positif, sekalipun mereka bekerja secara sukarela.

Penetapan sumber external terlihat dalam contoh Masjid Al-Abror dan Masjid Al-Falah. Di Masjid Al-Abror, informan 1 dan 2 direkrut dari luar (non pengurus), adalah karena kurangnya orang-orang yang memiliki kualifikasi yang sesuai dengan kebutuhan organisasi, yakni kemampuan dalam berorganisasi, kreativitas dan penggunaan teknologi informasi dan media sosial. Kebutuhan ini tidak dapat tercukupi oleh pengurus-pengurus lama yang saat itu telah ada di internal organisasi. Sedangkan di Masjid Al-Falah, SDM dari luar organisasi

Pertama, penawaran personal. Penawaran personal dilakukan secara lisan dan tatap muka antara kandidat dengan pengurus yang merekrut. Ini tercermin dalam kedua masjid tersebut. Di masjid Al-Abror, narasumber 1 menjadi subyek yang menjalankan rekrutmen secara personal, bertemu muka dengan narasumber 2 dan narasumber 3. Sedangkan di masjid Al-Falah, Ust. Sigit menjadi subyek yang menjalankan proses ini, dimana beliau bertatap muka langsung dengan narasumber 4 dan narasumber 5. Dengan penawaran personal, nilai-nilai yang ditawarkan seperti visi misi masjid, rencana program, kesesuaian program dengan minat SDM, dan sebagainya, dapat disampaikan secara panjang lebar dan mendalam. Melalui penjelasan ini, calon SDM memiliki gambaran yang sangat jelas tentang peran yang akan dijalankannya, manfaatnya, serta pengaruhnya bagi pengembangan organisasi masjid. Hal ini memberikan dorongan yang sangat kuat untuk SDM bersedia bergabung sebagai pengurus masjid.

Peneliti melihat bahwa pelaksanaan metode ini memerlukan orang yang kredibel, otoritatif serta figur yang baik di mata calon SDM. Artinya, di kedua masjid tersebut, penawaran personal memang dilakukan oleh subyek yang terpercaya, bukan sembarang pengurus masjid. Hal ini dipandang penting karena secara psikologis untuk meyakinkan visi misi masjid, optimalisasi fungsi masjid, serta gambaran-gambaran program akan lebih meyakinkan jika orang yang otoritatif lah yang menjelaskan. Ini memberikan kesadaran bahwa personal yang memiliki figur baik di antara pengurus masjid sebenarnya adalah subyek yang perlu diandalkan untuk merekrut pengurus masjid.

dapat memberikan peluang yang cukup besar dalam menghasilkan kandidat yang sesuai dengan kualifikasi. Kedua, metode ini memiliki kecepatan dalam mendapatkan kandidat, dalam arti tidak menunggu lama seperti jika menggunakan jalur agen SDM, iklan di media massa, maupun metode lainnya. Apalagi Masjid Al-Falah dan Masjid Al-Abror telah memiliki reputasi yang baik, tidak hanya di warga sekitarnya melainkan juga di berbagai tempat baik di dalam maupun di luar kota. Peneliti melihat tingkat reputasi ini terkait dengan luasan cakupan. Semakin terkenal reputasi suatu masjid atau organisasi dakwah, tentu saja cakupan calon SDM semakin luas, sehingga penggunaan metode ini akan membuahkan hasil lebih besar pula. Terakhir, metode ini berbiaya murah, sangat sesuai untuk organisasi masjid dimana potensi dana sangat diutamakan untuk program masjid itu sendiri. Kita bisa lihat bahwa kedua masjid ini tidak menggunakan iklan atau media-media lain yang memakan biaya besar dalam merekrut pengurus.

Yang perlu diperhatikan pula, keberhasilan penggunaan metode ini juga terkait dengan kredibilitas subyek perekrut. Dalam contoh kasus Masjid Al-Abror dan Masjid Al-Falah, subyek perekrut adalah personal *top management* (H. Afandi sebagai Ketua Takmir-Wakil Ketua Yayasan Masjid Al-Abror, dan Ust. Sigit sebagai Ketua Yayasan Masjid Al-Falah). Kredibilitas subyek ini dilihat dari beberapa aspek. Pertama, kewenangan yang bersangkutan dalam melakukan rekrutmen. Jika perekrut adalah orang yang berwenang di organisasi, maka kandidat akan memiliki keyakinan bahwa penawaran ini memang mewakili nama organisasi. Kedua, kredibilitas juga dilihat dari figur secara personal tidak hanya

Matrix Rekrutmen Pengurus Masjid Al-Abror

Pengurus yang direkrut	Informan 1	Informan 2
Sumbernya	Eksternal (relasi pengurus lama)	Eksternal (relasi pengurus lama)
Kualifikasi yang dimiliki	Aqidah ahlu sunnah wal jama'ah (jam'iyah NU), pengalaman organisasi, manajemen pelaksanaan, penggunaan media sosial	Aqidah ahlu sunnah wal jama'ah (jam'iyah NU), pengalaman organisasi, manajemen pelaksanaan, penggunaan media sosial
Subyek perekrut	Pengurus lama	Pengurus lama
Hubungan kandidat dengan perekrut	Perekrut dikenal oleh kandidat sebagai seorang figur yang baik	Perekrut dikenal oleh kandidat sebagai seorang figur yang baik
Posisi yang ditawarkan	Divisi Infokom	Remas, Sekretaris Takmir

<p>Nilai yang menjadi penarik sehingga bergabung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Visi pengembangan masjid • Melanjutkan warisan para pendahulu • Spiritual (amalan dakwah, pengabdian sosial) • Kesesuaian peran di organisasi dengan kapasitas diri 	<ul style="list-style-type: none"> • Visi pengembangan masjid • Kejelasan dan kedisiplinan jalur organisasi • Spiritual (amalan dakwah, pengabdian sosial) • Kesesuaian peran di organisasi dengan kapasitas diri
<p>Metode dalam menawarkan</p>	<p>Penawaran personal, komunikasi tatap muka</p>	<p>Penawaran personal, komunikasi tatap muka</p>

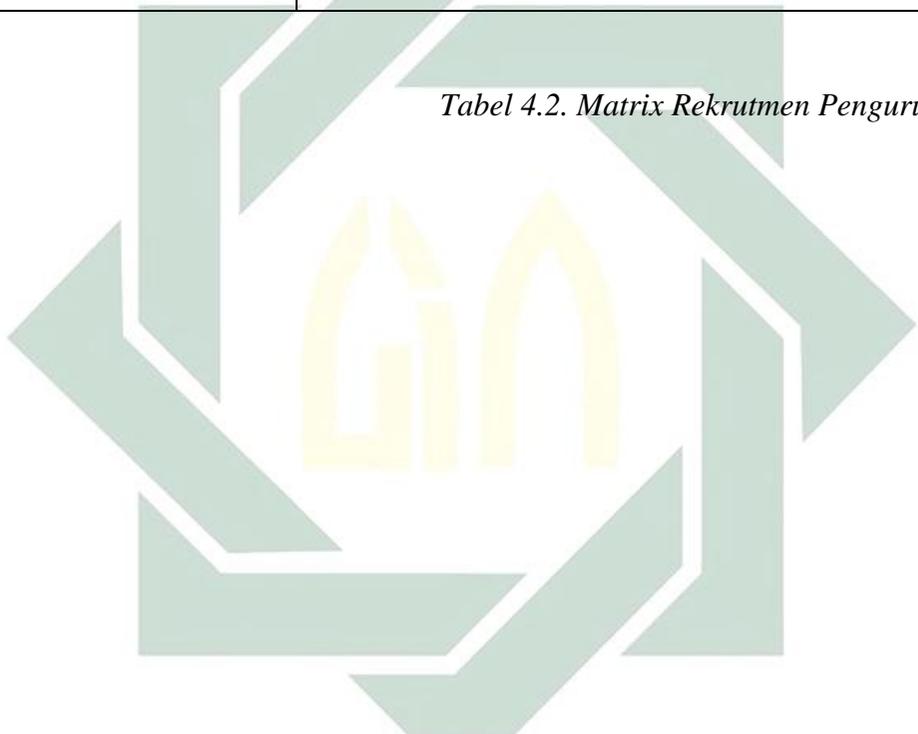
Tabel 4.1. Matrix Rekrutmen Pengurus Masjid Al-Abror

Matrix Rekrutmen Pengurus Masjid Al-Falah

Pengurus yang direkrut	Informan 1	Informan 2
Kualifikasi	Aqidah ahlu sunnah wal jama'ah (jumhur ulama'), akhlaq baik, pengalaman organisasi, manajemen pelaksanaan, media sosial & internet	Aqidah ahlu sunnah wal jama'ah (jumhur ulama'), akhlaq baik, pengalaman organisasi, manajemen pelaksanaan
Subyek perekrut	Ketua pengurus	Ketua pengurus
Hubungan kandidat dengan perekrut	Masyarakat umum	SDM lama
Posisi yang ditawarkan	Kepala Bagian Dakwah & Ibadah	Kepala Bagian Lembaga Kursus Al-Qur'an
Nilai yang menjadi penarik	<ul style="list-style-type: none"> • Visi masjid sebagai pusat syi'ar Islam, pemecahan masalah dan pelayanan umat • Spiritual (amal ibadah, pengabdian sosial) 	<ul style="list-style-type: none"> • Visi masjid sebagai pusat syi'ar Islam, pemecahan masalah dan pelayanan umat • Spiritual (amal ibadah, pengabdian sosial)

	<ul style="list-style-type: none"> • Kebahagiaan batin atas kepuasan jama'ah 	<ul style="list-style-type: none"> • Kebahagiaan batin atas kepuasan jama'ah • Kesesuaian kemampuan dengan peran di organisasi
Metode dalam menawarkan	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Word of mouth</i> di media sosial • Komunikasi tatap muka secara personal 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengumuman di forum resmi • Mekanisme seleksi

Tabel 4.2. Matrix Rekrutmen Pengurus Masjid Al-Falah



Melalui perbandingan rekrutmen pengurus di kedua masjid tersebut, diketahui bahwa, pertama, adanya kesamaan dalam kualifikasi SDM pengurus yang dibutuhkan. Yakni orang-orang yang memiliki kemampuan manajemen organisasi, serta kemampuan teknis lain yang sesuai dengan program, juga orang-orang yang memiliki aqidah dan akhlaq yang baik. Khusus untuk Masjid Al-Abror, ditemukan bahwa dalam susunan pengurus terdapat orang-orang yang bersedia keluar dana untuk membantu berjalannya program masjid. Fungsi dari kualifikasi ini adalah agar dapat menjalankan tugas atau perannya di organisasi, dapat mempertahankan fungsi dakwah, dalam konteks mainstream ahlu sunnah wal jama'ah, dapat menjadi cerminan nilai-nilai dakwah bagi pengurus masjid, serta dapat membantu membiayai kegiatan dakwah, khususnya bila kemampuan dana masjid dalam keadaan terbatas.

Kedua, nilai yang ditawarkan dalam rekrutmen pengurus menggunakan nilai-nilai visi organisasi masjid sebagai pusat syi'ar Islam, pemecahan masalah dan pelayanan umat, nilai spiritual yakni menjadikan pengurus masjid sebagai lahan amal ibadah dan pengabdian sosial, nilai kesesuaian peran di masjid dengan *track record* individu, nilai kebahagiaan batin atas kepuasan mad'u, serta nilai material seperti gaji atau *fee*, meskipun tidak menjadi penekanan yang utama. Fungsi dari nilai-nilai tersebut adalah memberikan pandangan yang jelas tentang arah gerak organisasi, sehingga subyek mengetahui nilai pentingnya bergabung menjadi pengurus masjid. Selain itu juga dapat memberikan nilai kemanfaatan dari menjadi pengurus organisasi masjid, serta memberikan kepastian akan kebermaknaan diri

Matrix Perbandingan Masjid Al-Abror dan Masjid Al-Falah

Organisasi	Yayasan Masjid Al-Abror	Yayasan Masjid Al-Falah	Penjelasan Fungsi
Kualifikasi pengurus masjid yang dicari	<p>a) Kemampuan (pengalaman organisasi, kreativitas, penggunaan media sosial).</p> <p>b) Aqidah ahlu sunnah wal jama'ah</p> <p>c) Akhlaq yang baik</p> <p>d) Kesiediaan membantu dana/bekerja sukarela</p>	<p>a) Kemampuan (membuat rencana program, pengalaman, media sosial).</p> <p>b) Aqidah ahlu sunnah wal jama'ah (jumhur ulama')</p> <p>c) Akhlaq yang baik</p>	<p>a) Dapat menjalankan tugas atau perannya di organisasi.</p> <p>b) Dapat mempertahankan fungsi dakwah, dalam konteks mainstream ahlu sunnah wal jama'ah.</p> <p>c) Dapat menjadi cerminan nilai-nilai dakwah.</p> <p>d) Dapat membantu membiayai dakwah.</p>

Subyek perekrut	Pengurus	Ketua pengurus	Kredibilitas dan trust dari kandidat terhadap proses rekrutmen.
Sumber SDM	<i>Mad'u</i> , kenalan pengurus, tidak harus warga sekitar	Masyarakat umum, SDM lama, tidak harus warga sekitar	Mudah dijangkau, dapat diketahui rekam jejak dan kualifikasinya, dapat memberikan opsi kandidat yang lebih luas.
Nilai yang ditawarkan	<ul style="list-style-type: none"> a) Visi pengembangan masjid dan program-programnya. b) Nilai tradisi, menjaga warisan dari para pendahulu. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Visi organisasi sebagai pusat syi'ar Islam, pemecahan masalah dan pelayanan umat. 	<ul style="list-style-type: none"> a) Memberikan pandangan yang jelas tentang arah gerak organisasi, subyek mengetahui nilai pentingnya bergabung.

	<p>c) Spiritual</p> <p>d) Kesesuaian peran dengan <i>track record</i> individu</p> <p>e) Kejelasan dan kedisiplinan jalur keorganisasian</p> <p>f) Tidak menekankan material (gaji, fee, dan sejenisnya)</p>	<p>b) Spiritual (lahan amal ibadah, pengabdian sosial)</p> <p>c) Kesesuaian peran dengan <i>track record</i> individu</p> <p>d) Kebahagiaan batin atas kepuasan <i>mad'u</i></p> <p>e) Tidak menekankan material (gaji, fee, dan sejenisnya)</p>	<p>b) Memberikan nilai tukar kemanfaatan yang pasti didapatkan dari menjadi pengurus organisasi.</p> <p>c) Memberikan kepastian akan kebermaknaan diri.</p> <p>d) Memberikan kepuasan atas tugas yang telah dijalankan</p> <p>e) Mencegah terjadinya pergeseran/disorientasi subyek dari dakwah.</p>
Metode dalam menawarkan	Komunikasi personal tatap muka	a) Rekrutmen eksternal: <i>Word of mouth</i> di media sosial,	a) Jangkauan luas, bisa mendapat kandidat berkualitas, biaya murah.

		komunikasi personal tatap muka b) Rekrutmen internal: Pengumuman di forum resmi, mekanisme seleksi internal	b) Jangkauan spesifik, bisa mendapat kandidat berkualitas, biaya murah.
--	--	--	---

Tabel 4.3. Matrix Perbandingan Rekrutmen Pengurus Masjid Al-Abror dan Masjid Al-Falah

