

layanan yang disediakan masjid. Berdasarkan hasil pengamatan penulis sendiri pun sangat jelas terdapat kotak saran di depan pintu masuk dan keluar masjid. Dengan adanya media demikian, menunjukkan bahwa pengurus Masjid Al Wahyu memang memiliki usaha-usaha untuk memahami apa yang diinginkan jama'ah, atau dengan kata lain memahami apa yang diinginkan pelanggannya berdasarkan teori pemasaran.

Belum lagi, adanya data yang menyebutkan bahwa visi dari Masjid Al Wahyu adalah untuk membangun tempat peribadahan yang terbuka untuk semua golongan sesuai dengan keinginan jama'ah wilayah 4 perumahan yang tidak lain menginginkan masjid yang tidak condong pada aliran tertentu tapi lebih mengunggulkan pada penciptaan persatuan dan kesatuan antara semua golongan.

2. Bentuk Rincian Strategi

Jika didetailkan proses strategi yang dilakukan oleh pengurus Masjid Al Wahyu dalam rangka mempelajari harapan jama'ah, antara lain:

- a. Melakukan pemetaan atau pendataan terkait keinginan jama'ah dengan membuat kotak saran yang diletakkan di depan pintu masuk dan keluar utama masjid dengan tujuan agar pengurus mengetahui masukan atau saran-saran dari jama'ah terkait pelayanan yang diberikan pengurus masjid.
- b. Ketua Bidang Ketakmiran sering mendatangi langsung jama'ah atau menanyai secara langsung ke jama'ah terkait kualitas pelayanan masjid

yang diberikan, mencari masukan dan evaluasi untuk perbaikan. Usaha ini dilakukan setiap selesai pelaksanaan shalat berjama'ah.

- c. Menjalin keakraban dan kedekatan dengan jama'ah agar bisa mengetahui lebih mendalam tentang apa yang diharapkan jama'ah. setiap selesai shalat berjama'ah ketua takmir dan beberapa pengurus lain bahkan remas sering menyapa jama'ah secara langsung dan mengajak berdialog untuk mendekatkan diri dengan jama'ah.
- d. Antara Ketua Bidang Ketakmiran, Kesekretariatan, Ketua 1 dan Ketua Umum serta Pembina Masjid sering melakukan pertemuan secara informal untuk membahas tentang perkembangan respon jama'ah dan perkembangan usaha memakmurkan atau meramaikan masjid. hal ini menunjukkan tidak ada jenjang yang terlalu lebar di level manajemen kepengurusan masjidnya.
- e. Menindaklanjuti informasi dan wawasan yang diperoleh dari aktivitas mini riset jama'ah. Salah satu bentuk respon pengurus masjid terhadap hasil keluhan jama'ah adalah dibuatkannya rancangan tentang da'i atau penceramah yang sesuai dengan keinginan jama'ah, rancangan topik materi, serta beberapa layanan-layanan lain seperti CCTV untuk keamanan, lcd untuk ceramah, kebersihan, dan lain sebagainya.

Dari penjelasan rincian strategi diatas, dapat disimpulkan bahwa pengurus masjid menerapkan cara mengetahui harapan jama'ahnya dengan sistem keluhan dan saran. Sistem tersebut tidak lain juga berorientasi untuk mengetahui tingkat kepuasan jama'ah, hanya saja pengukuran kepuasan

ke Jogokariyan, namun menunggu adanya biaya yang cukup agar bisa melaksanakan program tersebut.

- d. Pengurus masjid terbuka dengan ide-ide layanan baru dari berbagai sumber. Pengurus terkadang melakukan dialog dan juga pengamatan ke pengurus masjid lain di sekitar 4 perumahan tersebut baik untuk bertukar pikiran atau mencari inspirasi tentang pelayanan masjid, bahkan terkadang pencarian inspirasi tersebut juga dengan mencari-cari wawasan tentang masjid di tempat atau kota lain yang bisa dijadikan pijakan untuk bisa memakmurkan masjid. Adapun contoh sikap reseptif tersebut adalah ketika pengurus masjid menggunakan kotak saran yang terinspirasi dari Masjid Jogokariyan serta membuat program buka puasa Senin-Kamis yang terinspirasi dari program masjid di Teluk Buli, perak Surabaya.
- e. Membuat pembagian tugas kerja yang jelas dan rinci pada semua sdm pengurus yang terlibat dalam usaha memakmurkan masjid. Tahapan ini terlihat dari bagan struktur yang jelas ditempelkan di sekretariat masjid dan juga dokumen tertulis.
- f. Ketua Bidang Ketakmiran menetapkan sasaran-sasaran dakwahnya berpijak pada arahan Ketua Umum dan juga AD/ART Yayasan Masjid Al Wahyu tentang usaha memakmurkan dan meramaikan masjid yang berprinsip pada visi dan karakter jama'ah masjid yang anti golongan tertentu demi memenuhi harapan jama'ah. Dengan berpegang pada prinsip AD/ART yayasan dan karakter jama'ah maka lahirlah 4 sasaran

utama dakwah di Masjid Al Wahyu yakni membentuk jama'ah menjadi individu islami, keluarga islami, masyarakat islami dan pemerintahan islami.

- g. Memastikan seluruh pengurus memahami pekerjaan masing-masing dengan melakukan upaya sosialisasi lewat selebaran tentang keterangan tugas pokok kerja dan juga melalui penjelasan langsung oleh ketua dan lewat papan struktur yang ditempel di sekretariat.
- h. Sering melakukan evaluasi kinerja para pegawai masjid misalnya pegawai kebersihan, pegawai keamanan, pegawai administrasi dan petugas adzan (*muadzin*) dengan memberikan teguran-teguran dan arahan terkait masalah yang dihadapi dalam proses menjalankan pekerjaan mereka.
- i. Memberikan bonus khusus untuk para pegawai ketika menjelang hari raya dan terkadang juga memberikan fasilitas-fasilitas bantuan dan jaminan kesejahteraan diluar gaji, misalnya bantuan dana ketika istri melahirkan dan anak sekolah ataupun ketika sakit dan harus di rawat di rumah sakit.
- j. Untuk pengurus tidak ada penghargaan berupa material seperti pegawai tetapi mereka diberikan penghargaan tentang status sosial atau jabatan sebagai pengurus masjid dan mereka diberikan nilai-nilai tentang keaktifan dan keikutsertaan mereka dalam dunia dakwah. Hal ini karena ikatan yang terjalin dalam kepengurusan bukan berdasarkan ikatan material tetapi justru ikatan imaterial dimana semua pengurus menyadari

Ketua 2, Ketua 3, Ketua 4, Bendahara, Sekretaris dan beberapa Ketua Bidang Kerja yang berpengaruh terhadap berjalannya Bidang Ketakmiran. Namun, untuk rincian pekerjaan pegawai hanya disosialisasikan secara lisan, tidak ada bukti dokumennya.

- b. Memastikan semua pengurus masjid memahami kontribusi mereka pada kepuasan jama'ah dengan senantiasa membahas nilai penting memberikan pelayanan terbaik ke jama'ah khususnya mengenai kualitas pelayanan da'i, materi, dan imam shalat berjama'ah.
- c. Mengoptimalkan kinerja pengurus melalui pemilihan teknologi dan pemilihan peralatan yang paling tepat dan handal seperti halnya dengan memberikan pegawai kesekretariatan fasilitas perangkat komputer lengkap, meja, lemari dan CCTV untuk mengawasi semua sudut ruangan masjid, dan juga dalam Bidang Ketakmiran khususnya dalam pengadaan kajian diberikan fasilitas lcd, jam digital besar, kotak saran, dan perlengkapan pengajian lainnya.
- d. Mengajarkan berbagai aspek pemahaman mengenai harapan, persepsi dan masalah-masalah jama'ah pada pengurus.
- e. Menyelesaikan konflik peran diantara pengurus dan pegawai masjid melalui pelibatan mereka dalam proses penetapan standart. Hal ini pernah terjadi ketika ada konflik mengenai penetapan topik materi dalam majelis taklim dan penempatan da'i penceramah.
- f. Mengukur kinerja pengurus dan pegawai serta memberikan kompensasi serta penghargaan sesuai dengan kemampuan penyampaian layanan jasa

berkualitas. Dalam prakteknya untuk kompensasi dan penghargaan material diberikan kepada pegawai sedangkan untuk pengurus tidak demikian. Pengurus masjid secara umum diberikan penghargaan immaterial baik berupa pujian ataupun motivasi pahala.

- g. Membuat rancangan sistem penghargaan yang sederhana, tepat waktu, akurat, dan *fair*. Penghargaan biasanya diberikan pasca kegiatan-kegiatan besar sukses dilaksanakan, misalnya dalam perayaan kegiatan hari besar Islam.
- h. Memberdayakan para ketua dan anggota serta pegawai masjid dalam hal pengambilan keputusan, khususnya terkait layanan terhadap jama'ah. Proses ini dilakukan ketika rapat-rapat proker setiap tahun sekali ataupun ketika menjelang pelaksanaan kegiatan PHBI, dimana seluruh pengurus dan pegawai ikut berpartisipasi dalam menyumbangkan saran pelayanan jama'ahnya.
- i. Memperlakukan jama'ah sebagai "pengurus parsial", mengklasifikasikan peranan mereka dalam penyampaian jasa, melatih dan memotivasi mereka untuk melaksanakan peranannya sebagai *co-producers* dengan baik. Hal ini tercermin dari kegiatan kajian Ahad, kegiatan buka puasa senin-kamis, dan kegiatan kepanitiaan idul Adha, dimana jama'ah bersedia menjadi donatur anggaran kegiatan serta tenaga dan waktunya untuk ikut menyelesaikan pekerjaan dan target bahkan mereka menjadi penyumbang ide dan saran terkait konsep kegiatannya.

Dari beberapa prinsip strategi rinci pengurangan *Gap* 3, ada rincian strategi yang tidak atau belum berjalan antara lain:

- 1) Menyelaraskan anggota dan pegawai masjid dengan pekerjaan melalui proses seleksi yang menekankan kemampuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk melakukan setiap pekerjaan dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kabid Ketakmiran diketahui bahwa tidak ada proses seleksi ketat dalam penempatan pengurus dan pegawai, penetapan pengurus dan pegawai hanya berdasarkan pada sistem penawaran pada beberapa jama'ah masjid yang dianggap aktif dan merupakan warga 4 perumahan area masjid saja.
- 2) Menyediakan pelatihan teknis yang dibutuhkan pengurus atau pegawai masjid dalam rangka pelaksanaan tugas yang dibebankan kepada mereka secara efektif. Belum adanya anggaran dana dan konsentrasi yang menjadikan proses ini belum dilakukan.
- 3) Mengembangkan metode rekrutmen dan retensi inovatif untuk menarik pengurus terbaik dan menciptakan loyalitas pengurus terhadap organisasi.
- 4) Melatih pengurus dalam hal ketrampilan *soft skill*, khususnya menyangkut interaksi dengan jama'ah dalam kondisi stress dan penuh tekanan.
- 5) Melatih pengurus dalam hal penetapan prioritas dan manajemen waktu.

diajukan, anggota remas yang belum menikah juga usianya masih banyak yang remaja dan belum menikah sedangkan pengurus yang lainnya sudah menikah semua, dia juga menyampaikan alasan positif negatifnya perjodohan.

- e. Mengidentifikasi faktor-faktor diluar kendali organisasi yang akan menjadi kelemahan atau kekurangan kualitas kinerja layanan kegiatan masjid. Ketua Bidang Ketakmiran menjelaskan bahwa ada faktor eksternal yang kurang bisa dikendalikan dalam penyediaan da'i yang diharapkan jama'ah dimana adanya da'i yang tidak 100% menjaga amanah untuk menjaga fanatisme golongan.
- f. Menawarkan berbagai layanan masjid dengan nilai-nilai yang berbeda pada jama'ah serta menjelaskan perbedaannya. Bidang Ketakmiran menawarkan berbagai topik materi dengan bervariasi pengisi atau da'i, selain itu juga ada format pelaksanaan shalat yang bervariasi dimana setengah minggu dalam pengadaan shalat subuh, imam yang memimpin shalat ada yang menggunakan *qunut* ada yang tidak *qunut*. Adanya kajian *Ahad* pagi dan kegiatan perayaan hari raya Idul Adha, Idul Fitri, Maulid Nabi dan Isra' Mi'raj.

Dari beberapa rincian strategi diatas, ada prinsip strategi pengurangan *gap* 4 yang belum terlaksana yakni proses menyusun rencana promosi yang menonjolkan kegiatan riil pengurus dalam melakukan tugas mereka. proses ini seperti melakukan usaha untuk mencitrakan pribadi para pengurus yang

para da'i merupakan tokoh-tokoh yang cukup dikenal oleh masyarakat pada umumnya, sering mengisi di masjid2 lain, berpengalaman, bahkan banyak juga yang akademisi dan yang paling utama para da'i yang mengisi telah diseleksi dan dijamin tidak memihak pada golongan tertentu ketika menyampaikan materinya. Profil para pengurus yang jelas merupakan warga perumahan yang diketahui basicnya baik pendidikan maupun aliran pemahamannya, serta tentunya mewakili harapan jama'ah dari 4 perumahan warga.

5. Dimensi Ketanggapan

Dalam hal ketanggapan, para pengurus yang terlibat dalam pelayanan bidang ketakmiran seperti Ketua Bidang Ketakmiran, anggota ketakmiran dan juga para pegawai seperti pegawai kebersihan, pegawai kesekretariatan dan muadzin semuanya memiliki daya tanggap yang cepat atas setiap keluhan jama'ah. Mereka secara sengaja pro aktif untuk mendengarkan masukan dan keluhan dari jama'ah dengan menyediakan setiap waktu shalat untuk bertemu dan berdialog dengan jama'ah. dari hasil penemuan terkait keluhan dan saran, mereka langsung membicarakannya dengan para pengurus lainnya agar segera dibuatkan kebijakan untuk memberikan penyelesaian masalah keluhan tersebut.

Bukti Kecepatan tanggap tersebut adalah ketika mereka merespon masukan dari jama'ah terkait keamanan sehingga langsung memberikan pelayanan CCTV, loker barang dengan kunci. Kemudian adanya konsultasi pribadi, usulan takjil, pelebaran parkir, pemilihan materi dan pemilihan da'i.

F. Komponen Strategi *Service Quality* Masjid Al Wahyu

Dari penjelasan strategi pokok dan strategi rinci diatas, diketahui bahwa ada tiga komponen dalam strategi *service quality* Masjid Al Wahyu, antara lain, komponen kompetensi unggul atau kompetensi yang menjadi kelebihan dan pembeda dengan layanan masjid lain disekitarnya yakni pelayanan da'i dan juga materi yang sangat menjaga prinsip kesatuan golongan. Komponen kedua terkait ruang lingkup strateginya yakni ruang lingkup strategi dalam rangka memuaskan jama'ah Masjid Al Wahyu di 4 perumahan area masjid, khusus bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan ibadah di masjid.

Komponen ketiga, adanya pendistribusian sumber daya dalam hal ini adalah pengurus masjid dan pegawai masjid yang telah dibagi tugas-tugas kerjanya dan tanggungjawabnya agar semua layanan masjid, khususnya dalam Bidang Ketakmiran terlaksana dengan baik. Adanya keterlibatan Ketua Umum, Ketua 1, Ketua Bidang Ketakmiran, Anggota serta para Pegawai Kebersihan, Kesekretariatan dan *Muadzin* menunjukkan bahwa manajemen Masjid Al Wahyu telah melakukan pendistribusian sdm dengan baik. Selain itu, adanya pendistribusian perangkat kerja dan anggaran yang dilakukan secara rutin pada setiap bidang kerja yang terlibat dalam proses meningkatkan layanan masjid, semakin menunjukkan bahwa pengurus Masjid Al Wahyu memang memiliki komitmen kuat untuk memberikan kepuasan terhadap jama'ahnya.

G. *Service Quality* dalam konteks Manajemen Masjid

Dengan memahami situasi dakwah di masjid dan juga tuntutan untuk senantiasa melakukan peningkatan kualitas pelayanan jasa agar banyak jama'ah

puas dan loyal dengan kegiatan dakwah masjid, maka ditemukan rancangan formula strateginya. Jikalau dikontekskan dalam manajemen masjid maka bisa didapatkan formula strategi pokok peningkatan kualitas jasanya yakni: pertama, manajemen masjid di tahap awal akan melakukan riset harapan atau keinginan jama'ahnya secara rutin sebelum menjalankan program-program layanan masjid serta bersama-sama seluruh jajaran pengurus masjid membangun komitmen untuk memberikan kepuasan terhadap seluruh jama'ah dan memberikan layanan terbaiknya. Kedua, tahapan keduanya adalah melakukan penyusunan standart kualitas pelayanan agar bisa dijadikan pijakan kerja oleh seluruh pengurus masjid.

Tahapan ketiga, melakukan kontrol baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memastikan bahwa semua pengurus yang terlibat dalam program layanan masjid telah memenuhi standart kualitas pelayanan yang dibuat sebelumnya. Keempat, melakukan kontrol terhadap cara promosi layanan yang dilakukan oleh pengurus masjid secara rutin agar tidak ditemui model promosi yang berlebihan hingga membuat jama'ah kecewa. Kelima, melakukan pengukuran kepuasan jama'ah masjid secara berkala agar diketahui adanya peningkatan kepuasan para jama'ah atukah tidak, sehingga akan diketahui mana saja atribut-atribut kepuasan yang perlu diperbaiki dan harus dipertahankan agar jama'ah tetap loyal dalam kegiatan dakwah masjid. Dalam pengukuran kepuasan jama'ah, ada 5 aspek yang diukur yakni aspek kehandalan, aspek empati, aspek fisik, aspek jaminan, aspek daya tanggap.

Dari strategi pokok diatas, nantinya akan dijabarkan menjadi tahapan-tahapan strategi yang lebih rinci dan menyesuaikan dalam konteks yang ada dalam manajemen masjid. Hal ini dikarenakan teori *service quality management* lahir dari manajemen lembaga bisnis sedangkan manajemen masjid masuk dalam kategori manajemen lembaga jasa atau non bisnis sehingga ada beberapa rincian tahapan dan secara pembahasan yang harus dirubah mengikuti konteks masjid. Ketika dirincikan ditemukan formula konsep *service quality management* sebagai berikut :

Strategi rinci pengurangan *gap* 1 antara lain, yang pertama dengan memahami harapan atau kebutuhan jama'ah melalui riset, analisis komplain, panel pelanggan, dan lain-lain. Kedua, meningkatkan interaksi langsung antara Ketua Bidang atau pengurus masjid dan jama'ah untuk meningkatkan pemahaman mengenai kebutuhan dan preferensi jama'ah. Ketiga, memperbaiki komunikasi antara pengurus dan pegawai masjid di lapangan ke pihak manajemen, dan mengurangi jumlah jenjang/level manajemen diantara keduanya. Keempat, menindaklanjuti informasi dan pengetahuan yang diperoleh dari hasil penemuan riset jama'ah.

Strategi rinci pengurangan *gap* 2 yakni, pertama dengan memastikan bahwa manajemen atas menunjukkan komitmen yang konsisten pada kualitas pelayanan berdasarkan sudut pandang jama'ah masjid. Kedua, melibatkan *middle management* dalam penetapan kebijakan, pengkomunikasian, dan penerapan standar jasa berorientasi jama'ah dalam unit kerja mereka. Ketiga, membekali para Ketua Bidang dengan ketrampilan-ketrampilan yang

dibutuhkan untuk memimpin pengurus dan pegawai agar dapat menyampaikan jasa berkualitas.

Langkah keempat, bersikap terbuka terhadap cara-cara baru atau inovasi baru dalam menjalankan dalam rangka mewujudkan jasa berkualitas. Kelima, membakukan tugas-tugas kerja yang bersifat tetap demi menjaga konsistensi dan reliabilitas, baik melalui penerapan *hard technology* (seperti otomatisasi) maupun *soft technology* (penyempurnaan metode kerja). Keenam, menetapkan sasaran kualitas jasa yang jelas, menantang, dan realistis, serta dirancang secara eksplisit untuk memenuhi harapan jama'ah masjid. Ketujuh, mengklasifikasikan tugas-tugas kerja yang memiliki dampak besar pada kualitas dan menjadi prioritas utama. Kedelapan, Memastikan bahwa seluruh karyawan atau pegawai masjid memahami dan menerima sasaran dan prioritas kerja yang disepakati. Ke-sembilan, mengukur kinerja karyawan atau pegawai dan memberikan evaluasi secara rutin. Kesepuluh, memberikan penghargaan bagi para ketua dan pengurus serta pegawai masjid atas keberhasilan mereka dalam mencapai sasaran kualitas yang telah diberikan.

Strategi rinci pengurangan *gap* 3, langkah pertama dengan mengklasifikasikan peran setiap karyawan atau pegawai melalui pendeskripsian pekerjaan secara jelas dan rinci. Kedua, memastikan bahwa semua karyawan atau pegawai memahami kontribusi pekerjaan mereka terhadap kepuasan jama'ah masjid. Ketiga, melakukan proses seleksi karyawan atau pegawai yang menekankan pada kemampuan dan ketrampilan yang dibutuhkan untuk melakukan setiap pekerjaan dengan baik. Keempat, mengadakan pelatihan

teknis yang dibutuhkan karyawan dalam rangka pelaksanaan tugas yang dibebankan kepada mereka secara efektif. Kelima, mengembangkan metode rekrutmen untuk menarik karyawan terbaik dan menciptakan loyalitas mereka terhadap organisasi. Keenam, meningkatkan kinerja karyawan atau pegawai melalui pemilihan teknologi dan peralatan kerja yang paling tepat dan andal. Ketujuh, mengajarkan berbagai aspek pemahaman mengenai harapan, persepsi dan masalah jama'ah kepada para karyawan.

Kedelapan, memberikan pelatihan ketrampilan *soft skill*, khususnya menyangkut interaksi dengan jama'ah masjid dalam kondisi stress dan penuh tekanan. Kesembilan, menyelesaikan konflik peran antar para karyawan atau pegawai melalui pelibatan mereka dalam proses penetapan standar. Kesepuluh, memberikan pelatihan para karyawan dalam penetapan prioritas dan manajemen waktu kerja. Kesebelas, mengukur kinerja karyawan dan memberikan kompensasi serta penghargaan sesuai dengan kemampuan dalam menyampaikan jasa. Keduabelas, membuat rancangan sistem penghargaan yang sederhana, tepat waktu, akurat, dan *fair*. Ketigabelas, melibatkan para manajer dan karyawan dalam pengambilan keputusan terkait pelaksanaan tugasnya melayani dan memuaskan jama'ah masjid. Keempatbelas, memastikan bahwa setiap karyawan jasa benar-benar bersikap suportif kepada *customer contact personnel*. Kelimabelas, membangun tim kerja agar para karyawan bisa bekerja sama dengan baik dan menggunakan *team rewards* sebagai insentif. Keenambelas, memperlakukan jama'ah masjid sebagai “karyawan parsial”, mengklasifikasikan peran mereka dalam penyampaian jasa, melatih dan

memotivasi mereka untuk melaksanakan peranannya sebagai *co-producers* dengan baik.

Strategi rinci pengurangan *Gap* 4 yang pertama yakni dengan mengumpulkan berbagai masukan dari pegawai dan pengurus di lapangan yang memiliki pemahaman terhadap karakter jama'ah, saat akan merumuskan desain promosi jasa ke jama'ah. Kedua, menyusun media promosi yang menonjolkan kualitas pengurus masjid dalam menjalankan tugas pelayanan jasa. Ketiga, memberikan kesempatan kepada penyedia jasa untuk mengoreksi desain promosi sebelum diekspos kepada para jama'ah. Keempat, melibatkan staf operasi dalam pertemuan tatap muka dengan jama'ah.

Langkah Kelima, menyusun sosialisasi penyampaian jasa ke internal yang bersifat edukasional dan motivasional untuk memperkuat keterkaitan antara departemen pemasaran, operasi, dan sumber daya manusia. Keenam, memastikan bahwa standar jasa yang konsisten diberlakukan di semua lokasi penyedia jasa. Ketujuh, memastikan bahwa isi promosi yang dibuat telah mencerminkan secara akurat karakteristik-karakteristik jasa yang paling penting bagi jama'ah. Kedelapan, mengelola harapan jama'ah, dengan cara menginformasikan kepada mereka apa saja yang mungkin dan tidak mungkin mereka terima dengan disertai alasan rasionalnya. Kesembilan, mengidentifikasi faktor-faktor di luar kendali organisasi untuk mengetahui segala kekurangan pada kinerja jasa. Kesepuluh, menawarkan berbagai tingkat layanan jasa dengan harga yang berbeda kepada para jama'ah masjid, serta menjelaskan perbedaannya masing-masing.

