

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam perkembangan zaman dan era globalisasi yang semakin berkembang seperti sekarang ini membawa pengaruh tersendiri bagi kehidupan bermasyarakat. Baik secara individu maupun kelompok.¹ Globalisasi pada dasarnya adalah fenomena yang mendorong beberapa faktor agar mampu bersaing di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Suatu organisasi dalam rangka pencapaian daya saing strategis dan menghasilkan pendapatan diatas rata-rata, dibutuhkan pemahaman kekuatan-kekuatan persaingan sekaligus pengembangan dan mengeksploitasi keunggulan bersaing dengan mengaitkan peluang-peluang internasional dan pendayagunaan sumber daya dan kapabilitas yang menghasilkan strategi dan cara-cara memasuki pasar.

Dalam dasawarsa ini perkembangan organisasi, semakin pesat, baik organisasi profit maupun organisasi non profit. Organisasi merupakan bentuk setiap perserikatan manusia untuk mencapai suatu tujuan bersama.² Sebuah organisasi akan dapat berjalan dengan baik apabila organisasi tersebut menerapkan pengaturan yang baik pula. Dalam hal ini sebuah organisasi akan

¹ A.W.Widjaja, 1994, *Etika Administrasi Negara*, Bumi Aksara, Jakarta, hal.32.

² M. Manullang, 1990, *Dasar-dasar Manajemen*, Ghalia Indonesia, Jakarta, hal.67.

sangat membutuhkan manajemen untuk mengatur organisasi agar dapat berjalan dengan baik dalam rangka pencapaian tujuan. Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber daya- sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan.³

Hal tersebut perlu di pahami bahwa kedudukan manajemen dalam suatu lembaga atau organisasi baik profit maupun non profit tidak lagi sebagai pelengkap saja akan tetapi dalam jaringan mata rantai kegiatan harus sudah menjadi penentu keberhasilan dalam lembaga atau organisasi. Begitu pula dengan Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya atau yang biasa disebut Masjid Agung Surabaya (MAS). Apabila sebuah lembaga atau organisasi di dalamnya ditata dengan manajemen yang baik, maka MAS bukan hanya menjadi sebuah tempat ibadah dan pusat pembinaan dan kajian umat, tetapi juga menarik untuk di kunjungi dan diminati.

Dalam membangun sebuah peradaban yang mulia, masjid merupakan prioritas pertama dan paling utama. Masjid adalah tempat suci bagi umat islam yang dipergunakan untuk bersujud kepada Allah SWT. Dalam meningkatkan rasa iman, islam dan ikhsan sehingga terbina untuk menjadi orang yang taqwa (*muttaqin*). Masjid sebagai pusat ibadah dan pusat kebudayaan atau *muamalah*⁴, ini memberikan makna yang sangat luas

³ T. Hani Handoko, 2003, *Manajemen, Edisi 2*, BPFE, Yogyakarta, hal.8.

⁴ Sofyan Syafitri, *Manajemen Masjid*, Dana Bakti Wakaf, Yogyakarta, hal.10.

sehingga terbentuklah berbagai masjid sebagai pangkal iman, ilmu dan amal. Masjid sebagai motivasi dan tekad untuk berbakti kepada Allah SWT dalam arti yang seluas-luasnya, dimulai dengan mendirikan shalat, melaksanakan rukun islam dan mengimplementasikan rasa dan hasil keluhuran kehendak dari manusia yang bertaqwa kepada Allah SWT.

Setiap orang selalu menginginkan perlakuan yang menyenangkan dan memuaskan, tidak terkecuali pada pelayanan masjid. Namun tidak jarang pelayanan di masjid justru membuat jama'ah atau pengunjung menjadi tidak khusyuk dalam beribadah, karena mendapatkan pelayanan yang tidak menyenangkan. Hal ini tidak perlu terjadi bila pengurus/pengelola masjid menyadari bahwa masjid tidak berbeda dengan usaha bisnis lainnya yang juga membutuhkan pelanggan/klien, atau pengunjung. Masjid juga membutuhkan masyarakat atau jama'ah, bukan sebaliknya.

Dari uraian di atas maka jelaslah bahwa organisasi pada prinsipnya sama yaitu membutuhkan proses manajemen. Demikian juga Masjid Agung Surabaya (MAS) yang juga tentu memerlukan suatu proses manajemen dalam pengelolaannya agar dapat menjalankan aktifitas didalamnya guna mendapat hasil yang baik dan sesuai dengan tujuan yang direncanakan. Masjid juga digunakan sebagai tempat membangun ekonomi dan kesejahteraan melalui Baitul Maal (bank kekayaan umat islam). Dari masjid dikembangkan berbagai

kegiatan yang mengarah pada terwujudnya masyarakat yang sejahtera. Memakmurkan masjid adalah amanat Nabi.

Masjid Agung Surabaya (MAS) merupakan salah satu masjid terbesar di Asia Tenggara. Di Indonesia sendiri, merupakan masjid terbesar kedua setelah Masjid Istiqlal di Jakarta. MAS merupakan satu dari dua ikon kota Surabaya selain Tugu Pahlawan. MAS dibangun sejak tanggal 04 Agustus 1995 atas gagasan Wali Kota Surabaya saat itu H. Soenarto Soemoprawiro dan di resmikan pada tanggal 10 November 2000 oleh Bapak Mantan Presiden RI (alm) KH. Abdurrahman Wahid.

MAS merupakan masjid modern yang tidak kalah saing dengan masjid ternama yang penuh dengan fasilitas yang memadai. Selain dipergunakan sebagai tempat ibadah, pembinaan dan kajian umat, MAS juga berfungsi sebagai pusat kegiatan umat islam. Kegiatan itu antara lain : pendidikan, kebudayaan, politik, ekonomi, serta kemasyarakatan, dan lain-lain. MAS juga mempunyai sarana dan fasilitas seperti station radio, perpustakaan, kegiatan perekonomian, dll. MAS juga mendapat sentuhan modernitas. Bagi pengunjung yang datang untuk sekedar melepas lelah ataupun yang ingin bersantai sehabis shalat Jum'at bisa internetan gratis karena disediakan hot spot dan wifi. Pengelola juga mempertajam, memperluas jaringan dan jamaah sehingga masyarakat Surabaya dan sekitarnya dapat merasakan manfaatnya, baik dari segi media elektronik maupun media cetak. Masyarakat dapat

mendengar, melihat dan merasakan manfaat media dakwah Masjid walaupun tidak secara langsung datang ke Masjid. Di dalam masjid pun disediakan lift yang dapat digunakan untuk naik ke lantai dua.

Dengan penelitian skripsi ini peneliti ingin menunjukkan bahwa pelayanan sangat penting yaitu sebagai modal dasar untuk mensukseskan tujuan-tujuan organisasi tersebut. Dan menjadi ukuran bagi setiap organisasi baik formal maupun informal dalam menilai sampai dimana tingkat keberhasilan mereka dalam memimpin dan mengelola organisasi tersebut.

Dalam kesempatan ini, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian di Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya yang berlokasi di jl. Masjid Nasional Al-Akbar Timur No. I Pagesangan Surabaya, terutama pada nilai keunggulan bidang pelayanannya.

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan latar belakang penelitian yang dikemukakan diatas, maka Peneliti dapat menarik beberapa rumusan permasalahan, antara lain :

1. Apa saja keunggulan bidang pelayanan Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya ?

2. Bagaimana usaha untuk meningkatkan dan mempertahankan keunggulan bidang pelayanan Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya ?

C. Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan permasalahan di atas, maka tujuan dari beberapa permasalahan di atas antara lain :

1. Untuk mengetahui nilai keunggulan bidang pelayanan Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya.
2. Untuk mengetahui usaha dalam meningkatkan dan mempertahankan keunggulan Masjid Nasional Al-Akbar Surabaya.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di peroleh dalam penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, untuk meningkatkan pemahaman serta mutu dan kualitas keilmuan manajemen dakwah dan sebagai bahan pertimbangan di lembaga atau organisasi yang menyangkut daya saing dan sebagai latihan yang sangat berharga untuk mengadakan penelitian

ilmiah yang dijadikan bekal untuk mengadakan penelitian itu di masa mendatang.

2. Secara praktis, diharapkan sebagai bahan masukan dan acuan bagi perkembangan teori kontemporer manajemen, khususnya dalam bidang keunggulan bersaing lembaga dakwah suatu organisasi atau perusahaan.
3. Untuk memenuhi salah satu persyaratan tugas akhir perkuliahan dalam memperoleh gelar S1 (Strata 1) di Institut Agama Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya fakultas Dakwah Jurusan Manajemen Dakwah.
4. Sebagai bahan khasanah perpustakaan dan sebagai bahan perbandingan untuk menambah wawasan bagi Mahasiswa khususnya Manajemen Dakwah di Bidang organisasi pada umumnya.

E. Definisi Konsep

Pada dasarnya konsep merupakan unsur pokok dalam penelitian. Dan suatu konsep sebenarnya adalah definisi secara singkat dari sekelompok fakta atau gejala-gejala yang ada.⁵ Konsep-konsep itu hanya di pahami oleh penyusun sendiri, sebab penyusun sendirilah yang mengetahui segala sesuatu

⁵ Koentjaraningrat, 1994, *Metode-metode Penelitian Masyarakat* , Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hal.21

yang menyangkut sekitar penelitian.⁶ Untuk mencegah adanya kesalahan persepsi di dalam memahami judul penelitian, maka perlu dijelaskan konsepsi teoritis tentang judul yang terkait dalam penelitian ini.

1. Nilai

Nilai adalah harga (taksiran harga). Sebenarnya tidak ada ukuran yang pasti untuk menentukan nilai, Intan, harga uang (dibandingkan dengan harga uang yg lain), kepandaian dan lain-lain. Menilai sama juga memperkirakan atau menentukan nilainya.⁷

Definisi nilai yang benar dan diterima secara universal adalah nilai yang menghasilkan suatu perilaku, dan perilaku itu berdampak positif baik bagi yang menjalankan maupun bagi orang lain. Inilah prinsip yang memungkinkan tercapainya ketentraman atau tercegahnya kerugian atau kesusahan (atau keduanya).

Dengan demikian nilai adalah kualitas-kualitas yang menguntungkan orang lain dan diri sendiri, yang diberikan sebanyak yang diterima dan diterima sebanyak yang diberikan.⁸

Sedangkan penilaian adalah proses yang menentukan betapa baik lembaga atau organisasi program-program atau kegiatan-kegiatan sedang

⁶ Wahyu et al, 1987, *Petunjuk Praktis Membuat Skripsi*, Usaha Nasional, Surabaya, hal.61

⁷ Hariyono, 2011, <http://www.artikata.com/arti-383197-keunggulan.html>

⁸ Linda & Richard Eyre, 1997, *Mengajarkan Nilai-nilai Kepada Anak*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

mencapai maksud-maksud yang telah ditetapkan. Umumnya ditujukan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi lembaga atau organisasi dalam mencapai tujuannya.⁹

2. Keunggulan

Keunggulan adalah keadaan (lebih) unggul. Dalam hal keutamaan, kepandaian, kecakapan, kebaikan, kekuatan, dan lain-lain.¹⁰

Keunggulan Kompetitif (*Competitive Intelligence*) adalah hasil (*output*) dari proses yang sistematis dan sah (legal) untuk mendapatkan dan menganalisa informasi mengenai pesaing bisnis yang telah ada dan potensial. *Outputnya* mungkin terdiri atas rencana / pemikiran yang saat ini dilakukan pesaing, fokus mereka, kegiatan atau program yang sedang dijalankan.¹¹

Pendapat lain, keunggulan kompetitif adalah kemampuan untuk memformulasi strategi pencapaian peluang profit melalui maksimisasi penerimaan dari investasi yang dilakukan. Sekurang-kurangnya ada dua prinsip pokok untuk meraih keunggulan kompetitif yaitu adanya nilai pandang pelanggan dan keunikan produk. Jadi ada berbagai macam definisi keunggulan kompetitif jika di lihat dari lingkungannya itu sendiri.

⁹ Oteng Sutisna, *Administrasi pendidikan*, Angkasa, Bandung, hal. 212

¹⁰ Hariyono, 2010, *Keunggulan*, di akses pada tanggal 20 Maret 2011 pukul 12.00 WIB.
<http://www.artikata.com/arti-383197-keunggulan.html>

¹¹ Setia Budi, 2009, <http://id.answers.yahoo.com/question/index?qid=20080115213515AAQCm0u>

Jika didefinisikan secara umum keunggulan kompetitif adalah suatu keunggulan atau juga bisa di sebut sebagai potensial yang menunjang suatu unsur yang begitu kompleks.¹²

3. Pelayanan

Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.¹³ Pada industri jasa, pelayanan merupakan kunci sukses dalam keberhasilan suatu organisasi bisnis atau perusahaan jasa. Seperti halnya yang terjadi pada organisasi, pelayanan yang ada di MAS adalah merupakan produk jasa mereka.

F. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini terdiri dari 5 bab. Sistematika pembahasan merupakan urutan sekaligus kerangka berfikir dalam penulisan skripsi, untuk lebih mudah memahami penulisan skripsi ini, maka disusunlah sistematika pembahasan, antara lain :

Bab pertama adalah pendahuluan yang berisikan tentang gambaran umum yang meliputi : konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi konsep dan sistematika pembahasan.

¹² Handoyo, 2009, <http://www.blogger.com/feeds/2088974805676333742/pots/default>

¹³ AS. Moenir, 2001, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta

Bab kedua adalah kerangka teoritik yang berisikan tentang kajian kepustakaan konseptual dan kajian kepustakaan penelitian.

Bab ketiga adalah metode penelitian yang menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, wilayah penelitian, jenis dan sumber data, tahap-tahap penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data serta teknik keabsahan data.

Bab keempat adalah penyajian data dan analisis data yang memuat tentang laporan hasil penelitian yang menjelaskan mengenai gambaran umum obyek Penelitian, penyajian data yang memaparkan fakta-fakta mengenai masalah yang diangkat dan analisis data yang mencakup tentang keunggulan bersaing Masjid Al-Akbar Surabaya. Data yang telah dianalisis dan diuji keabsahan datanya dibandingkan dengan teori. Hasil uraian tersebut tertulis dalam sub bab pembahasan.

Bab kelima adalah bab penutup yang memaparkan tentang kesimpulan serta rekomendasi, kemudian dilanjutkan dengan daftar pustaka.